Gustavo Rodriguez Ostria



El lugar del Canto, Historia de CERVECERIA TAQUIÑA S.A. 1892 - 1995



CERVECERIA TAQUIÑA S.A.

COLECCION CULTURAL CENTENARIO
CERVECERIA TAQUIÑA S.A.

El Presidente Ejecutivo del Directorio, Ing. Ernesto R. Asbún G., el Directorio y la Gerencia General, en un significativo esfuerzo empresarial, auspician la publicación y difusión de la presente COLECCION, como el mejor homenaje de recuerdo a los FUNDADORES DE CERVECERIA TAQUIÑA S.A. y a la conmemoración de su primer CENTENARIO.

Con ello, CERVECERIA TAQUIÑA S.A. desea retribuir el constante apoyo que recibe de la población boliviana.

Alentamos la seguridad de que las 8 Obras que forman la "COLECCION CULTURAL CENTENARIO CERVECERIA TAQUIÑA S.A.", contribuirán al mejor conocimiento y a la divulgación de las tradiciones, historia y cultura de Cochabamba y la República de Bolivia.

Cochabamba, septiembre de 1995

COMISION CENTENARIO
CERVECERIA TAQUIÑA S.A.
1895 - 1995



COLECCION CULTURAL CENTENARIO
CERVECERIA TAQUIÑA S.A.

1. Edición Especial de **"Bolivia desde el Cielo"**
   Willy Kenning y Hermes Justiniano
   (con la Introducción de Fernando Cajías de la Vega);
   La Papelera S.A., La Paz 1993, 100 Ejemplares.
2. Edición Especial Numerada de **"Bolivia Mágica"** - 3 Tomos
   Hugo Boero Rojo
   Editorial Vertiente, La Paz 1993
   Industria Offset Color, 700 ejemplares.
3. **"Las Monedas de la Independencia Boliviana 1808 -1827"**
   Fernando Baptista Gumucio
   La Paz 1995, 1.000 ejemplares.
4. Catálogo:**"Dos Siglos de Pintura en Cochabamba"**
   CERVECERIA TAQUIÑA S.A.
   Michela Pentimalli de Navarro/Paula Luján
   Industrias Dinapel Ltda. Cochabamba 1995, 1.000 ejemplares.
5. Album: **"Historia Gráfica de Cochabamba" CERVECERIA TAQUIÑA S.A.**
   Michela Pentimalli de Navarro;
   Industrias Dinapel Ltda. Cochabamba 1995, 1.000 ejemplares.
6. **"El lugar del Canto**
   Historia de CERVECERIA TAQUIÑA S.A. 1892 - 1995"
   Gustavo Rodríguez Ostria
   Industrias Dinapel Ltda. Cochabamba 1995, 1.000 ejemplares.
7. **"Un Siglo en Cochabamba, Mirando una Ciudad desde la Taquiña"**
   Wilson García Mérida
   Industrias Dinapel Ltda. Cochabamba 1995, 1.000 ejemplares.
8. **"Cervecería Taquiña S.A. - Ecología y Medio Ambiente"**
   Ernesto Daza Rivero
   Industrias Dinapel Ltda. Cochabamba 1995, 1.000 ejemplares.



DIRECTORIO
CERVECERIA TAQUIÑA S.A.
1995

Ing. Ernesto R. Asbún Gazaui	Presidente Ejecutivo
Dr. Alberto Darrás Rocha	Vicepresidente
Sra. Betty Eterovic Prada	Directora
Sra. Fernanda Sanjinés vda.de Quiroga	Directora
Sr. Tomás Ceniceros Covaya	Director
Cap. Hugo Vargas Valenzuela	Director Suplente
Sr. Enrique Backaus Inderbeck	Director Suplente
Dr. William Scarborough Montaño	Síndico Titular
Dr. Mario Guzmán Morales	Síndico Suplente
Lic. Luis E. Lozada Moya	Gerente General y Secretario

Cochabamba, julio de 1995

El lugar del Canto, Historia de CERVECERIA TAQUIÑA S.A. 1892 - 1995

COLECCION CULTURAL CENTENARIO

CERVECERIA TAQUIÑA S.A.

1895 - 1995

N° 7

GUSTAVO RODRIGUEZ OSTRIA

El lugar del Canto
Historia de CERVECERIA TAQUIÑA S.A.
1892 - 1995

Cochabamba - Bolivia
1995

El lugar del Canto, Historia de CERVECERIA TAQUIÑA S.A. 1892 - 1995

Escrita por
GUSTAVO RODRIGUEZ OSTRIA

Diseño tapa
CONSULTORA DE CREATIVIDAD S.R.L.

Diagramación
JAIME ZEGARRA T.

Producción
CONSULTORA DE CREATIVIDAD S.R.L.

Cochabamba - Bolivia
1995

INDICE

INTRODUCCION

Hoy como ayer Bolivia es y no es minera. Y esta afirmación no encierra ninguna contradicción en sus términos. La frase "Vale un Potosí", que encandiló cuerpos y mentes contribuyendo a crear el mito minero, tuvo el resultado de ocultar aquellas otras actividades, quizá más prosaicas, que se vivieron fuera del eje extractivo pero que de uno u otro modo lo hicieron posible a lo largo de siglos.

La historia económica ha dado un vuelco fundamental tras reconocerse, gracias a los aportes del investigador argentino Carlos Sempat Assadourian, la necesidad de dirigir los ojos hacia las economías regionales vinculadas, aunque no de modo automático, con el eje minero. Y al hacerlo, de la olvidada trastienda, surgen las fuentes de la cambiante dinámica de su abastecimiento en fuerza de trabajo y mercancías de todo tipo, soldada desde mediados del siglo XVI en un torrente que aún persiste. Sin ellas, la plata o el estaño apenas habrían alcanzado un tenue fulgor.

Al tomar este camino metodológico, cobra una inédita dimensión la historia regional, no por supuesto como el mero recurso al anecdotario parroquial, sino como medio para destacar las variantes relaciones entre las regiones, el Estado y un modelo económico. Es en la región donde se fragua, se retruca o se recrea la amplitud apabullante de la llamada historia nacional. Lamentablemente en Bolivia no hay predilección por el pasado local y este se subsume como puede en una macroscópica perspectiva nacional. Tampoco hay sintonía por la historia industrial y la historia de empresas; quizá porque apriori se presume que ésta cumplió apenas un papel subsidiario en la economía boliviana y tiene consiguientemente escasa capacidad para arrojar luces sobre nuestro devenir, en relación al epicentro minero y la multiétnica densidad agraria.

En este libro, que trata de la historia de la Taquiña, la cervecería más antigua de Bolivia, pretendemos contribuir a subsanar parcialmente estas ausencias. Cubriendo el

largo período que corre de 1892 hasta 1995 nos aproximaremos a la historia de esta industria colocándola dentro el circulo del comportamiento de la economía y el mercado regional de su tiempo. Tomaremos ambas dimensiones no como simples contextos de referencia pues entendemos que constituyen verdaderos factores explicativos del comportamiento de la Taquiña buscando analizarla como una unidad de producción y comercialización. Camino que nos ha llevado a considerar a lo largo del tiempo sus dimensiones, estructura societaria, ciclos productivos, capacidad de innovación tecnológica, rentabilidad y adaptación y respuesta de su directivos a las diferentes coyunturas locales y nacionales.[1]

El libro consta de cuatro capítulos, ordenados cronológicamente. En el primero luego de una breve narración, que tiene sólo un valor introductorio, dedicada a la historia universal de la cerveza, nos detenemos en el origen de la Taquiña y su primer ciclo expansivo(1892-1915). En el segundo presentamos las causas que llevaron a esta empresa a una produnda crisis entre 1915 y 1928. y analizamos las condiciones de su recuperación productiva y tecnológica abarcando los años de 1928 y 1952. El tercer capítulo está dedicado en tanto a considerar los impactos de las transformaciones sociales ocurridas entre 1952 y 1971 en la vida de la Taquiña. Finalmente el último capítulo nos aproxima a la historia reciente y a la trasformación de la cervecería cochabambina, la más antigua en su tipo en el país, bajo la conducción del Directorio presidido por el Ingeniero Ernesto Asbún Gazaui en una dinámica empresa de envergadura nacional a partir de 1972.

Precisamente corresponde al Ingeniero Ernesto Asbún Gazaui la iniciativa de realizar este libro, que basado en fuentes documentales, tanto del Archivo de la Taquiña como de otros fondos documentales bolivianos, busca penetrar en el pasado de esta importante industria cervecera. A Ernesto Daza Rivero, Asesor Legal de Taquiña, quien comparte conmigo la preocupación por rescatar é interpretar el pasado regional, debo muchas reflexiones y vivencias sobre Taquiña y la historia cochabambina y nacional. A ambos mis agradecimientos, como a quienes proporcionándome información, documentación, fotografías y apoyo gráfico han hecho posible este libro.

Cochabamba, septiembre de 1995

[1] Tomo esta guía metodológica de: Gutierrez, Leandro y Korol, Juan Carlos " La Fábrica Argentina de Alpargatas. Historia de Empresas y Crecimiento Industrial" en: **Siglo XIX Revista de Historia**. Monterrey, Año V. Nº 9. Enero-Junio 1990 pp. 177-179.

Capítulo Primero
FORJANDO UNA EMPRESA 1892-1915

¿Cuándo y cómo nace la cerveza? ¿Qué modos y rutas utiliza para introducirse en esta parte del mundo? ¿Con quiénes debe competir? ¿Qué dificultades y amenazas confronta al recorrer este camino?.

Este capítulo, tras una somera presentación de la evolución histórica de la cerveza en el mundo, se centra en establecer el contexto económico y cultural que da pie al nacimiento de la industria cervecera en Bolivia y Cochabamba en particular. Luego se detiene en analizar el derrotero de las dos primeras décadas de existencia de la Taquiña, enfatizando en sus aspectos tecnológicos y mercantiles.



"VISTA DE LA CERVECERIA, ZUM SPATEN" (Á LA PALA)
EN MUNICH (BAVIERA) FINES DEL S. XIX

ORIGEN DE LA VOZ "TAQUIÑA"

La voz taquiña procede del quechu (taquiy=cantar), y significa lugar de regocijo, fiesta y canto. Tal vez sea un topónimo que evoca una categoría de acllas, mujeres vírgenes escogidas por su belleza o prestigio antes de su pubertad para servicio del Estado Inca, dedicadas al canto y que vivieron en el lugar. O se refiera a la alegría que se origina en un punto de encuentro.

La versión, recogida por Federico Blanco, no desmiente para nada ninguna de estas acepciones.

"La tradición cuenta que cuando el Inca Capac -Yupanqui extendía sus conquistas por Collasuyo y hubo llegado a Paria, los poderosos caciques Cari y Chipana ó Zapana, que sostenían luchas sangrientas, acordaron someter al inca sus diferencias. El inca accedió á la demanda, e hizo que dos de los que formaban su consejo, y eran sus mas próximos parientes, con otros de sus ministros marchasen a verificar el arreglo solicitado por Cari y Chipana. Aprobado por el Inca el arreglo verificado por los comisionados, se hizo abrir la quebrada de Incahuaraca, que desciende casi desde la cumbre de la cordillera y se dirige en linea recta por Linde para servir de línea divisoria entre aquellos caciques(...).

Durante el tiempo que los comisionados permanecieron en Taquiña, los caciques procuraron obsequiarlos con toda clase de fiestas y entretenimientos y desde entonces tomó el lugar el nombre de Taquiña. Además, los caciques se obligaron a enviar para el inca, dos jóvenes de las más hermosas; pues la belleza de las mujeres de aquel lugar había cautivado a los comisionados".

BLANCO, FEDERICO. DICCIONARIO GEOGRAFICO DE LA REPUBLICA DE BOLIVIA. DEPARTAMENTO DE COCHABAMBA. 1901. pp. 128-129.

1

LA CERVEZA UN ANTIGUO GUSTO

La cerveza se conoce desde hace muchísimo, tanto en la antigua Babilonia como en Egipto, donde ya es mencionada en el Libro de los Muertos escrito hace unos cinco mil años. Aparece ya en China, hecha en base a cebada, trigo, espelta y mijo, así como arroz, a fines del segundo milenio, en la época de los Changs. El imperio romano, que fue poco aficionado a ella, la encontró sobre todo lejos del Mediterráneo, en Numancia y en las Galias. En el siglo IV, en Tréveris se había convertido en la bebida de los pobres y bárbaros. Pero en el imperio de Carlomagno, se encuentraba en todos los rincones, incluso en los ambientes de palacio. La palabra "beer" proviene del infinitivo "bibere" que significa beber. Primitivamente, en el antiguo alemán, la palabra para designar cerveza es "boer" o "bior", equivalente a "beer", del antiguo inglès; otro apelativo en germánico antiguo es "alu" (alo, ealo), que también se ha conservado en inglés.

Los monjes medievales difundieron su uso y su nombre en toda Europa. Aunque se dice que el empleo del lúpulo que trasmite su sabor amargo a la cerveza y asegura su conservación, al parecer nació en Finlandia, siendo citado como materia prima aromática en el antiquísimo poema finés "Kalewala"; en todo caso, desde los propios monasterios, se expande su consumo entre los siglos VIII - XI. En Alemania el lúpulo, despues de no pocas batallas entre los fabricantes tradicionales, que no usan y los innovadores que si lo hacen, se establece firmemente su uso en el siglo XII. En los Países Bajos sucede lo propio a principios del XIV y en Inglaterra un siglo más tarde, traido quizá desde Flandes por inmigrantes y comerciantes de ese origen.

En Europa la cerveza se instaló muy bien fuera de los dominios de la vid, desde Inglaterra hasta los Países Bajos, Alemania, Bohemia, Polonia y Moscovia. Al Oeste sus dominios fueron un tanto más imprecisos, pues las cervecerías eran inicialmente mediocres e inseguras, tal como sucedió, por ejemplo, en Paris o en Lorena. Bebida de los pobres, se la consume en mayor grado en epocas de crisis o cuando sube el precio del vino. Aunque la cerveza, señala el reputado historiador francés Fernand Braudel,

no es sólo característica de los pobres. Junto a una variedad muy popular se conocen también otras de lujo, para ricos y nobles.

En la Edad Media, la elaboración de la cerveza se consideraba un misterioso arte celosamente guardado. Empero, con el tiempo, poco a poco se divulgaron los secretos de su fabricación, pasando de los conventos medievales donde se distingue la cerveza fuerte (paterbier) de la floja (convetbier), al manejo del pueblo. En el siglo XIV los gremios de cerveceros recientemente formados erigieron como su patrón al fabuloso rey Gambrinus, a quien se atribuye la invención de la cerveza. Un par de centurias más tarde, en los siglos XVI y XVII, un auge de la producción urbana europea, que adquiere características industriales, puso a un segundo plano a la cerveza ligera, hecha sin la intervención del lúpulo.

Los europeos trajeron la cerveza a las conquistadas tierras que denominan América. Precisamente en México, en el villorio de Amecameca se construyó en 1544, con la autorización de Carlos V a un tal Alonso de Herrera, la primera cervecería del nuevo mundo. No obstante su consumo en las tierras del nuevo continente, salvo norteamérica, no prosperó. Los españoles prefirieron el vino y los indígenas, bebidas ancestrales hechas de maíz como la chicha en el mundo andino o fermentadas de la savia extraida de la planta del agave, como el pulque entre los aztecas. A ello se agregaron problemas técnicos derivados de los riesgos de la elaboración de una bebida fermentada antes que se descubriera la refrigeración y la fermentación y la política de monocultivo impuesta por los españoles, por lo menos hasta las reformas borbónicas de mediados del siglo XVIII.

De alli se explica, de acuerdo con distintos investigadores tales como William A. Hardwick, el porqué no se desarrolló una destacable experiencia cervecera ni en México ni en Sur ni Centro América antes de finalizar el siglo XIX.

Si circula alguna bebida de ese estilo, es la traida de Europa; aunque existen por ejemplo en México y Colombia pequeños establecimientos cerveceros casi artesanales. Respecto a Bolivia destaquemos que en su diario, el general irlandés Miller, quien en 1825 llegó con Bolívar a Potosí, entonces centro de la economía altoperuana, narra que no halló a sus habitantes, como él, aficionados a una cerveza que prácticamente desconocen. Miller narra que hizo traer cerveza en mulas desde Tacna (Perú), junto con vinos, cidras y otros licores. Al principio pocos se animaban al producto de cebada fermentada hasta que *"la repugnancia fué gradualmente desapareciendo por la fuerza del ejemplo, y el pale ale o cerveza fuerte, llegó a hacerse la bebida favorita"*.

JARRO DE CERVEZA EUROPEO. S. XVI

Varios factores, económicos y culturales contribuyeron a cambiar este restringido escenario. Consustanciada con el espíritu del progreso que se apodera de las elites latinoamericanas desde mediados del siglo XIX, en un vuelco notable, la otrora medieval bebida de los pobres, otorga aquí como en otras latitudes un cierto aire de modernidad a los sectores criollos medios y altos. El sólo beberla, en acicalados bares y no en lamentables chicherías o pulquerías, les permite -figurativamente- separarse y rechazar las prácticas de los sectores populares, con quienes anteriormente compartían en los mismos espacios similar afición por alguna de las bebidas de origen precolonial.

En ese marco de demandas, de apelaciones al gusto autodesignado como "culto", la industria cervecera aprovecha durante el siglo XIX los descubrimientos científicos y mecánicos para mejorar su calidad. Estudian sus técnicos, para dirigir su curso, las tranformaciones químicas que tienen lugar en su elaboración. Los mecánicos de la primera revolución industrial introducen a su vez nuevos instrumentos y sobre todo máquinas de vapor (y luego eléctricas) para remplazar fuerza de trabajo, abaratar costos y aumentar la productividad. De tal suerte, elaborar cerveza va conviertiéndose paulatinamente en un patrimonio ya no de artesanos sino de grandes empresas, conducidas por peritos cerveceros que ya no aprenden su oficio como antes bajo la severa mirada del maestro de taller sino en escuelas y academias especializadas.

Con estas premisas al finalizar el siglo pasado y principios del presente, la elaboración y el consumo de cerveza crecen en el Continente, como en casi todo el orbe al mismo tiempo que se expanden sus ferrocarrilles, sus ciudades y su comercio con el mundo. Contando con el concurso de la técnica europea que emana de la revolución industrial dominada por el vapor y los nuevos conocimientos científicos en la refrigeración y el uso de la "pasteurización" en la elaboración de las bebidas fermentadas, se instalan verdaderas fábricas en Chile, México, Colombia y Brazil.

En Bolivia las primeras fábricas surgen en La Paz hacia 1870, aunque hay evidencias que en cantidades limitadas se consumía anteriormente cerveza importada. Pero el gran boom cervecero se produjo entre 1883 y 190O. prácticamente en el mismo lapso que en otras naciones del continente. Las fábricas se extendieron por toda la geografía del país fundándose en La Paz, la Nacional (1883) y la Boliviana (1889); la de Maldonado (1891), Taquiña(1892-1895) y Colón(1898) en Cochabamba ; otras cuatro en Potosí antes de 1892, la Germania (1898) en Oruro y la Sucre(1900) en Chuquisaca.

De allí en adelante, con triunfos y constrastes, la cerveza, como mostraremos en este trabajo para el caso cochabambino con la historia de la Cerveceria Taquiña, actualmente la más antigua del país, logrará paulatinamente apoderarse inicialmente de un segmento del mercado, para luego ampliarlo constantemente. Ventas apoyadas por una refinada tecnología en su elaboración, que asegura su calidad, y un estratégico marketing en su comercialización.[2]

[2] Usamos como Fuentes para esta parte : Braudel, Fernand. Bebidas y Excitantes. Alianza Cien, Madrid, 1994. Hardwick, William. "Historia de la Fabricación de Cerveza en las Américas", en **El Cervecero en la Práctica**, pp. 1-7. Hough, J.S. **Biotecnología de la Cerveza y de la Malta**. Barcelona, Ed. Acribia, 1990. Baudot, Georges. **La Vida Cotidiana en la América Española en Tiempos de Felipe II. Siglo XVI**. México, F.C.E. 1992(Segunda Reimpresión) pp. 189-190. Morales Alvarez, Juan. **Historia de la Industria Cervecera en Venezuela**. Caracas 1992, Cámara Venezolana de Fabricantes de Cerveza. Imp. Exlibris.

CERVEZA EN EL MUNDO DE LA CHICHA

El arte de producir cerveza en Cochabamba a fines del siglo XIX, cuando surgieron las cervecerías Taquiña y Colón, demandaba algo más que buenas intenciones : se requería competir con otra bebida que como la chicha estaba firmemente imbricada en las costumbres y la economía regional. Sus habitantes - hombres y mujeres- consumian sin distinción de estratos sociales miles y miles de botellas anualmente expendidas en las innumerables chicherías que abundaban tanto en la campiña como en los diversos centros poblados, incluida la propia ciudad de Cochabamba.

En 1836, Alcides D' orbgny, científico francés que visitó Cochabamba, dejó clara constancia que:

Nada iguala la pasión del pueblo por la chicha, es un verdadero furor. Los indios y los mestizos no se contentan con consumirla continuamente, con beberla en la comida o para refrescarse, buscan también todas las ocasiones posibles en las fiestas religiosas, para reunirse y beber dia y noche (...) Si el pueblo ama la chicha, los otros miembros de la sociedad no la desean menos (....) por eso el consumo es general.

Su influjo era tal que a lo largo del siglo XIX y la primera mitad del siglo XX se estimó que casi todo el maíz producido en el Departamento- en un volumen que según èpocas variaba entre un 60 y el 90% - se usaba para este fin. La chicha proveía a Cochabamba de efectos multiplicadores. En su entorno se agrupaba una densa y compleja liga : agricultores del maíz (hacendados o pequeños campesinos), chicheras, porque eran y son generalmente mujeres quienes se dedican a su elaboración y venta, recolectores de leña, comerciantes y productores de muku, consumidores y recolectores de impuestos para apresurar obras del reformismo urbano. etc..

Otras bebidas como el vino, el coñac se consumían en tanto en contadas ocasiones y en una cantidad muchas veces menor que la chicha. Lo propio puede decirse de la cerveza importada a fines del siglo pasado generalmente desde el Imperio Alemán.

No existen, lamentablemente, series estadísticas que nos permitan confrontar la producción de chicha con la de cerveza en Cochabamba. Los datos son más bien puntuales, pero no por eso menos ilustrativos del carácter desigual de este contrapunto. En 1929, por ejemplo, mientras la Taquiña apenas vende 360 mil botellas -y quizà otro tanto la Colón-, aproximadamente once (11) millones de botellas de chicha circulan en la región. En 1940 -otro hito- a la par que una Taquiña en franca recuperación y una alicaída "Colón" conjugaban un millón seis cientas cincuenta mil botellas, las chicheras ofertan por lo menos diez millones y medio en todo el departamento. Nuevos datos, esta vez de 1946, quizá mas abultados, tal vez más fidedignos, es difícil establecerlo con la debida precisión nos situan con otras cifras. Taquiña -ya la única cervecería en Cochabamba- cifra 3.770.000 botellas, la chicha 29.400.298 botellas. La posterior expansión de la Taquiña, que llega a vender en 1950 entre 5.5 y 6 millones de botellas, no logra acortar la distancia: la chicha registra ese año 36 millones de botellas, sin contar aquellas otras que se escapan de los ojos del fisco.

En el medio, como factores explicativos de esta diferencia, no solo se entremezclan precio o calidad sino continuidades y descontinuidades de experiencias históricas, culturales en el beber y en la sociabilidad del acto de tomar.

No obstante, en la larga duración, gana o pierde terreno la cerveza?. Todo indica que en los años que analizamos, sesenta años de existencia de la Taquiña, la cerveza se bebe básicamente en la capital del departamento, pues se exporta poco a las provincias o fuera de la región. Esta constatación, apoyada en la documentación disponible, nos permite un ejercicio aproximativo. En 1900, cuando la ciudad cuenta con 21.886 habitantes, la Taquina expende 329.004 botellas; en 1950, la ciudad creció, aunque no mucho, a 74.819 habitantes y la producción de Taquiña , en un cálculo conservador, pasó a 5.500.000 de botellas. En resumidas cuentas mientras en 1900 el promedio es de 15 botellas per cápita; en 1950 se multiplica a 73.5 botellas. Y aunque seis años más tarde,una estadística señale que en la ciudad de Cochabamba se consume cuatro veces más chicha que cerveza; se puede tener la certeza que en el perímetro urbano se bebe mucha más cerveza que años atrás.

2

UNA CERVEZA PARA LA CRISIS COCHABAMBINA

¿Cómo se entrelaza la historia de la cerveza, un producto foráneo en su origen, con la historia cochabambina y nacional?. ¿Emerge acaso ésta de un acto fortuito y autónomo, alejado de la raices del comportamiento y las necesidades que emite la sociedad regional?.

Buscaremos respuestas a estas interrogantes leyendo en el espejo del pasado.

Casi al concluir el siglo XIX el impacto de una fuerte inversión de capital nacional y extranjero, la gradual maquinización de su proceso productivo y la reconfiguración disciplinaria de las relaciones laborales, empujó entre mediados de los 80s. y fines de los 90s. al mayor auge minero argentífero desde la Independencia boliviana en 1825.[3] Bajo su sombra se estabilizó el sistema político, reemplazando el civilismo administrado por los potentados mineros a los fluctuantes caudillos militares, mientras las exportaciones nacionales aumentaron augurando un clima de seguridad y bonanza, el que, a juicio de las élites mandantes, debería ser suficiente para remover de cuajo los molestos resabios coloniales y plebeyos que, a su juicio, frenaban aún la necesaria modernización del país.

En estas condiciones que trasuntaban prosperidad podía perfectamente esperarse, tal como había venido sucediendo desde la era colonial, la reproducción de la articulación dinámica y positiva entre la minería y aquellos Departamentos, como Cochabamba, que ofertaban los productos alimenticios y las manufacturas necesarias para sustentar la actividad extractiva y para continuar nutriendo el "trajín" del mercado interior. Se sabía, por anteriores experiencias que un auge minero tenía la virtud de provocar efectos multiplicadores en favor del comercio y las actividades producctivas; esperándose por tanto que derramara sus beneficios desde el Cerro Rico hasta sus regiones proveedoras.[4]

---

[3] Para seguir el desarrollo de la minería de la plata ver: Mitre, Antonio. **Los Patriarcas de la Plata**. IEP, Lima, 1981.

[4] La historiadora Brooke Larson traza ejemplarmente el sentido de esta relación en su obra: **Colonialismo y Transformación Agraria en Bolivia. Cochabamba, 1500-1900**. Cochabamba, CERES/HISBOL. 1992.

Los datos estadísticos disponibles señalan sin lugar a dudas que años previos a que este proceso empezara a precipitarse, Cochabamba ya exhibía la consistencia de su base agrícola, sus significativos rasgos manufactureros y su fuerte inserción en el comercio nacional e incluso internacional con el sur peruano y la costa del Pacífico tarapaqueño y atacameño. El cuadro Nº 1 consigna, por ejemplo, las exportaciones que sus innumerables comerciantes, no injustamente denominados *"los fenicios de Bolivia"* desparramaron en el año de 1874 por estos lugares, destacandose el trigo y el maíz en grano y harina, las telas de la tierra (bayetas y barracanes), los calzados producidos en cerca de una docena de "maestranzas" en la capital departamental y en decenas de pequeños talleres dispersos en la misma ciudad y las provincias, así como el jabón.

CUADRO Nº 1
EXPORTACIONES DE COCHABAMBA A ORURO, LA PAZ Y SUR PERUANO
1874

	CANTIDAD	VALOR
Harina de Trigo	15.000 Quintales	90.000.- Bs
Harina de Maíz	20.000 Quintales	80.000.- Bs
Maíz de Grano	20.000 Quintales	48.000.- Bs
Trigo en Grano	10.000 Quintales	48.000.- Bs
Frutas, Verduras	5.500 Quintales	48.000.- Bs
Barracanes	20.000 varas	6.000.- Bs
Bayetas	30.000 varas	6.000.- Bs
Calzados	15.000 unidades	16.800.- Bs
Suelas	6.000 unidades	28.000.- Bs
Jabón	5.000 unidades	11.400.- Bs
TOTAL		382.200.- Bs

FUENTE: **Documentos oficiales Cbba**. 1874 Imp. El Siglo

No sucedió sin embargo lo que la tradición marcaba y las regiones no mineras aguardaban pues se interpuso una combinación desafortunada: La ocupación del Litoral, los tratados comerciales que Chile, el vencedor de la guerra de 1879-1882, había impuesto en 1885 a Bolivia, una política económica que favorecía ampliamente el libre comercio y la culminación del ferrocarril Antofagasta-Oruro en 1892. Todo ello facilitó como nunca antes el ingreso de productos importados mejores en calidad y más baratos a los producidos localmente,- harinas, azúcar, vinos y manufacturas- y trajo como resultado la parálisis de lo que hasta entonces tenía fama de un dinámico Departamento. De tal suerte al finalizar el siglo XIX Cochabamba, a la par que otras regiones bolivianas como Santa Cruz, se encontraba confrontando fuertes problemas derivados de la pérdida de acceso a los mercados y rutas mercantiles, que prácticamente desde el inicio de la colonización española de la región, allí por 1570, habían impulsado su vida económica.

Se prescindía así de una región que secularmente había surtido al país con sus productos, paradójicamente en el momento de mayor esplendor de la economía minera en el siglo pasado. Existían pues suficientes razones para justificar el lamento de un bien informado cochabambino, quien al describir los impactos negativos de este proceso sentenció, resumiendo el sentir de muchos de sus coterráneos:

se han visto desalojados nuestros trigos, harinas (...) de las plazas del Norte y Sud de la República (...) suerte igual ha cabido a una multitud de pequeñas industrias (...) así por ejemplo en vez de fomentar la fabricación de bayetas y paño burdo con que se vestía el soldado, han ido a Chile a buscar paño más fino y más caro, con lo cual han destruido aquella industria (...). El calzado de parque, botas, fornituras, monturas, etc. con que Cochabamba y La Paz preveían al Ejército, fueron también sustituidos por productos elaborados por Chile.[5]

Tras perder Cochabamba, por efecto de las circunstancias señaladas líneas arriba, acceso preferencial a los mercados surandinos, una sensación de desconfianza y preocupación cubrió a sus sectores productivos, comerciales y amplios sectores poblacionales.

Nada más grafico y revelador de este sentimiento que las palabras, cuando la fuerza destructora de esta invasión ya se avizoraba con toda su crudeza, escritas por Herm Von Holten, un alemán avecindado en Cochabamba y presidente de su Círculo Comercial:.

(...) este departamento, que antes y con razón era el orgullo de sus habitantes, se encuentra hoy en un estado de perfecta decadencia (...) sus productos se repartían sobre todo el territorio boliviano; en todas partes se comía el pan de Cochabamba, de todas partes regresaba la plata acuñada (....) Toda la población tenía un aspecto animado. En las calles se notaba el movimiento activo (...) se veía a los artesanos sobre su trabajo y las fiestas (...) realmente eran fiestas del pueblo contento y feliz

Y ahora pregúntamos?. Nada de todo ésto

Las calles de la ciudad desiertas, los talleres de los artesanos vacíos, fiestas populares ya no las hay. El pueblo ya no se divierte, está desapareciendo (...)[6]



GLASADO DE LA CASA "TORRES Y HERMANO"
1870 - 1890

Obligada a buscar nuevos derroteros si quería sobrevivir, y bajo la presión de las críticas circunstancias, se multiplicaron en la región cochabambina diversos planes para superar la conflictiva situación. La conquista de nuevos mercados, como los que empezaban a despuntar con el auge cauchífero en el Beni atrajeron así la mirada cochabambina, la introducción de nuevos cultivos también se consideró como alternativa, mientras se intentó la industrialización de las materias primas locales: unas veces con éxito y otras simplemente condenadas al fracaso. En su conjunto sin embargo la situación de la región desmejoró significativamente, arrastrándose su crítica posición por lo menos hasta 1917, cuando tras mucho bregar con el poder central logró que el ferrocarril la uniera con Oruro permitiéndole recuperar parcialmente los mercados mineros, esta vez ordenados bajo el signo del estaño.

[5] **El Heraldo** (Cochabamba) 3 de marzo de 1900

[6] Jermán Von Holten. **"Cuestión Caminos del Departamento de Cochabamba"**. Publicaciones de la Sociedad Geográfica de Cochabamba, Tipografía del Heraldo, 1892, p.3

En ese desalentador escenario nació en 1892 la **"Cervecería de Taquiña"**, constituyéndose en una de las primeras experiencias de tipo industrial - las otras fueron las curtiembres, zapaterías y alcoholeras - en una sociedad regional enmarcada hasta ese momento por un medio fuertemente dominado por la actividad comercial y de amplias expectativas de tipo rural.

Cabe advertir que de inicio esta novedosa, y arriesgada actividad desde el punto de vista financiero, fue mirada no solo como el mejor vehículo para satisfacer los gustos en el beber de sus habitantes, sino como un medio para empezar a remontar la crisis regional. Este último sentido se advierte nítidamente en las esperanzadas palabras de un observador del momento:

Si es un hecho que las franquicias concedidas por nuestra diplomacia a las producciones chilenas han ocasionado la ruina de nuestra floreciente agricultura; también será otro hecho que convenientemente dotadas tres o cuatro cervecerías nos desquitarán en algo de los descalabros de nuestra diplomacia.[7]

Más, si la fuerza de la economía estaba en el trasfondo de este apego por la cerveza, también -obligado acto civilizatorio de las élites decimonónicas- lo motivaba la búsqueda del desplazamiento en el acto del tomar de la popular chicha, "bebida de procedencia impura", en opinión del mismo comentarista. Eran estos años proclives a la adopción de nuevos hábitos y sistemas mentales, dedicados a sepultar la tradición y a construir una nación negando el pasado. A la par que la ciudad tomaba retoques reformistas, se empezó a ridiculizar y prohibir, por ejemplo, los bailes indígenas que hasta entonces acompañaban la festividades religiosas. El renovado carnaval citadino que dominaba con su corso de flores- introducido en 1885 a iniciativa de un ciudadano alemán- pugnaba con su pretendida formalidad culta las aristas populares del jolgorio de las comparsas de serpentina, charango y acordeón que recorrían en alegres rondas las calles del centro de la ciudad. La música popular fue igualmente excluida de las retretas domingueras en favor de la armonía clásica, las polkas y los valses. Las abundantes chicherías por su parte se vieron amenazadas a no ubicarse en las cercanías de la Plaza de Armas; buscando, no siempre con el éxito y la prisa deseadas, confinarlas a los extramuros de la ciudad.[8]

ESCUDO DEL DEPARTAMENTO DE COCHABAMBA - 1883; TOMADO DEL DIPLOMA DE SOCIO DON J.C. TORRES DEL" CLUB PROGRESO" INSTITUCION PREDECEDORA DEL CLUB SOCIAL DE COCHABAMBA

En ese contexto la cerveza -finalmente europea- invitaba en la Cochabamba de las postrimerías del siglo XIX a la modernización y la renovación positivista del espíritu y la mente ; formaba pues parte indisoluble del repertorio y el entramado simbólico con el que los notables cochabambinos, suprimiendo y negando prácticas y gustos plebeyos que anteriormente compartían, aspiraban a emparentarse con el orbe culto del "viejo mundo".[9]

7 José F. Mercado. **El Heraldo** (Cochabamba) 27 de julio de 1893.

8 En torno a estos puntos consultar Rodríguez Ostria, Gustavo. **Elites, Mercado y Cuestión regional en Bolivia (Cochabamba)**, FLACSO, Quito, Ecuador. 1994

9 Postura que no sólo comprometía a las élites cochabambinas. En La Paz en 1904, el mismo año que el Concejo Municipal, tras intentar desterrar las presencia y la música popular de las festividadesd religiosas, prohibe usar la vestimenta indígena, presenta a la cerveza como una **"bebida preferible a otras enteramente alcohólicas y dañiñas para el pueblo"**, en franca alusión al alcohol preferido por los indígenas altiplánicos. El Comercio de Bolivia (La Paz) 2 y 24 de agosto de 1904.

3

UN DECIDIDO PUÑADO DE ALEMANES

Así, entre dudas y expectativas, cruzada por necesidades entremezcladas del dinero y la mente, del espíritu y el mercado, el 13 de enero de 1893 quedó formalmente constituida en la ciudad de Cochabamba la sociedad en comandita denominada "Cervecería de Taquiña", dividida en sesenta acciones de cien bolivianos cada una, sumando un capital social de seis mil bolivianos. Sus rastros no obstante son un poco más antiguos.

Dos años atrás, los comerciantes alemanes Miguel Hunner, Rodolfo Kruger y Luis Bessand habían formado, con 20 acciones también de cien bolivianos cada una, la empresa "M. Hunner y Cía", dedicada a la elaboración de cerveza.[10] El 28 de mayo de 1891 los socios adquirieron fracciones de terrenos y "*las aguas de que deben servirse*" en las faldas de la serranía cochabambina a la familia Urquidi. Por motivos que desconocemos la sociedad fracasó. Contando con Kruger y Bessand como sus dos principales accionistas, subrayando así la continuidad entre la nueva empresa y la disuelta " M. Hunner y Cia", luego se asentó allí la "Cervecería de Taquiña"; situación que según fecha un documento oficial ocurrió en enero de 1893. Empero ya hallamos su publicidad en la prensa cochabambina desde septiembre de 1892,[11] lo que da certera cuenta que ella empezó a operar y vender cerveza, incluso antes de formalizarse y registrase como sociedad anónima.

Ahora bien, tal como insinuamos, en enero de1893 entre los ocho socios iniciales de la Taquiña, destacan con veinte (20) acciones Rodolfo Kruger comerciante alemán, Luis Bessand, comerciante alemán con diez (10). A ellos se sumó con otras diez (10) el cochabambino Braulio Maldonado, comerciante y propietario, dedicado a la elaboración de cerveza en Cochabamba ya desde principios de 1891.[12] Maldonado

10 "Cervecería Taquiña industria que estructura un aspecto del progreso de Cochabamba ". **Los Tiempos** (Cochabamba) 14 de septiembre de 1951

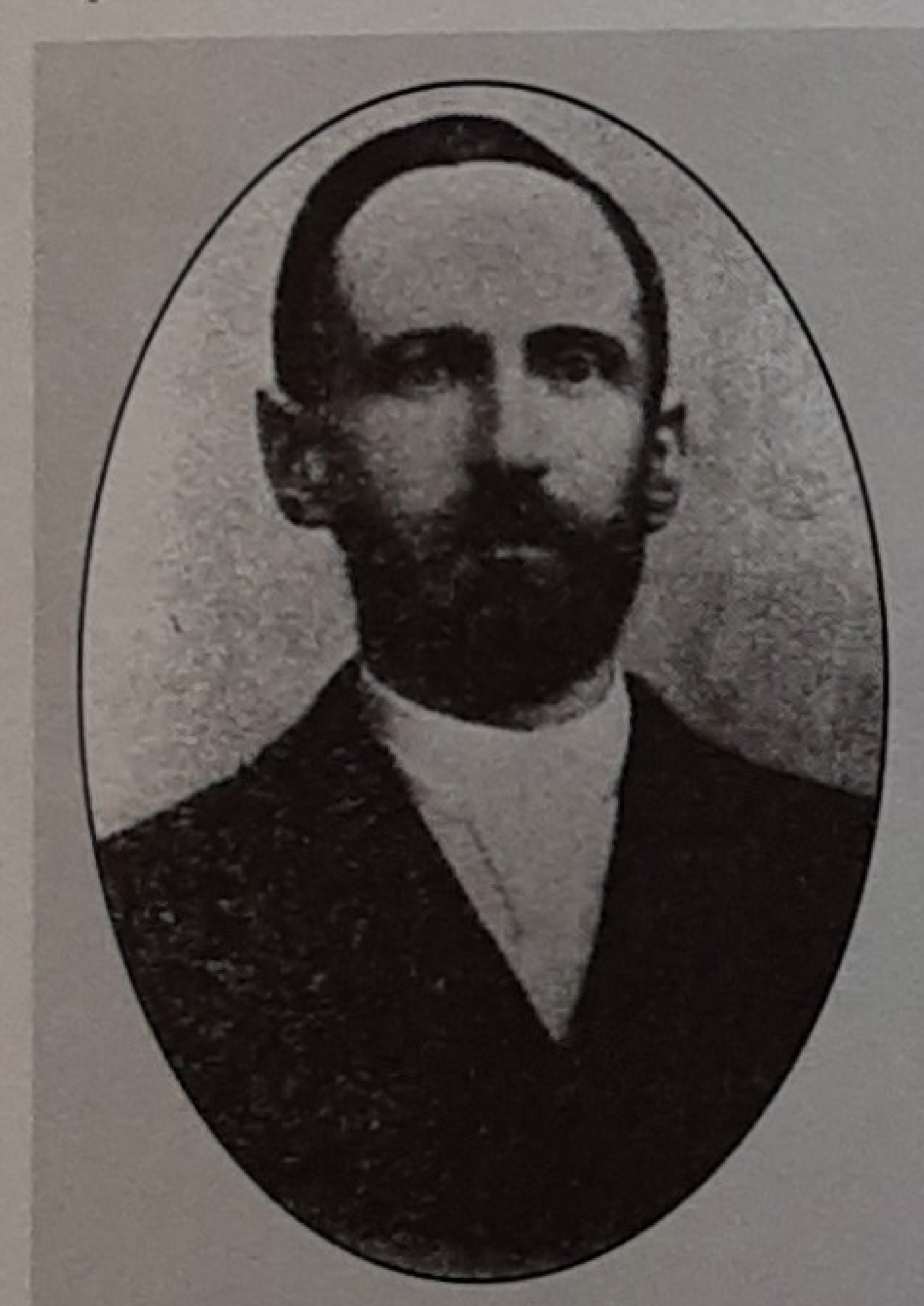
11 El primer aviso de ese tipo aparece en **El Heraldo** (Cochabamba) 13 de septiembre de 1892.

12 En **el Heraldo** (Cochabamba) 5 de febrero de 1891 ya hallamos un anuncio de Braulio Maldonado, ofertando cerveza al por mayor o menor y garantizando su "inalterabilidad". Desafortunadamente no disponemos de la fecha exacta en la que este empezó sus tareas cerveceras. La fábrica de Maldonado ofrecía ademas alcohol.

operaba además como cervecero, comprometiéndose a elaborar mensualmente modestas trescientas botellas (300) de *"buena calidad"*.[13] A mediados de junio de ese año, Maldonado decidió sin embargo separarse de la Taquiña, organizando su *"propio establecimiento"*.[14]

Ninguna de las dos Empresas, ni la Taquiña ni su ocasional competidora lograron consolidarse tras su primer empeño. La primera prácticamente suspendió su producción en los primeros meses de 1894 en medio de significativas pérdidas, mientras que un tiempo después, Maldonado se trasladó a Oruro a probar mejor suerte en el mismo rubro productivo.

Tras esta inicial y falsa performance, la Taquiña confrontaba el desafio de recuperar espacio y credibilidad afrontando el reto de superar a la cerveza extranjera que generalmente de procedencia alemana se internaba a Cochabamba. Bajo el imperio riguroso de esta lógica, alcanzar éxito demandaba ampliar y modernizar su sistema de producción, dotándose además de una estructura administrativa más sólida que la armada por los componentes del anterior directorio" *que se titularon cerveceros sin serlo*"[15], a juicio crítico de los renovadores de 1895.



ALBERTO KOLLEMBERGER

La experiencia de producir cerveza en Cochabamba, región donde el consumo extendido y masivo pertenecía tradicionalmente al mundo de la chicha si bien representaba novedad para la región no lo era para Bolivia ; aunque ésta labor fuera de reciente data. Probablemente la primera cervecería, con el denominativo de "Americana" se instaló en la ciudad de La Paz hacia 1873.[16] A fines de 1894, el mismo año que la nueva "Taquiña" reiniciaba su labor, en la ciudad de La Paz, dos cervecerías con el concurso de la experticia alemana, satisfacian a cabalidad el gusto de los consumidores locales. La "Nacional" fundada en 1883 por el ciudadano alemán Alejandro Wolff, la cual en 1889 se conjuncionó con la "Americana" y la "Boliviana" organizada ese mismo año de 1889

13 Sociedad celebrada por los señores Guillermo Kunst, Luis Bessand, Issac Daza, Braulio Maldonado, Carlos O. Klein, Fernando Brockmann, Enrique B. Wert y Rodolfo Kruger, para la fabricación de cerveza, bajo el denominativo de " Cerveza Taquiña". Cochabamba, 13 de enero de 1893.

14 **El Heraldo** (Cochabamba) 21 de octubre de 1893

15 Palabras de Guillermo Kunst. Presidente del Directorio de la Taquiña en 1895.

16 **La Reforma** (La Paz) 20 de septiembre de 1874. Un aviso de esa fecha informa que Adalberto Violand compró el establecimiento situado en "la chacarilla del Sr. Villamil. *"La Americana, agrega, ofrece cerveza elaborada "por uno de los mejores artistas que ha podido conseguir en Chile" además de la "compra de todos los útiles e ingredientes nuevos para garnatizar la legitmidad de esta bebida"*

Cerveza de Taquiña

Unico lugar de venta en la tienda del señor José Marré casa, del señor Luis Felipe Guzmán.

La docena inclusa botella......	Bs.	3—20
" sin "	"	3 —
Botellas sueltas................	"	0 30

CERVEZA DE TAQUIÑA

Agencia y venta por mayor y menor en la tienda del señor José N. Marré.

Casa del señor Luis Felipe Guzmán, y en las principales tiendas de abarrotes

58—P.

PUBLICIDAD DE LA CERVECERIA DE TAQUIÑA
EL HERALDO (COCHABAMBA) 13 SEPTIEMBRE DE 1892 Y 20 DE MAYO DE 1893

por el también alemán, y luego Director Técnico de la Taquiña, Alberto Kollemberger.[17]

De ellas daba cuenta así un cronista de la época:

Es notable el adelanto de las fábricas de cerveza que funcionan en esta ciudad. La fábrica nacional elabora la famosa franciscana que hace las delicias de los aficionados a los bueno, agradable y bonito.

Cervecería Boliviana fabrica un extracto de malta que guardado por algún tiempo, puede hacer competencia a la misma Sout inglesa

Los señores Sthomann, Kollenberger y Groenenwold merecen (el) bien de los bebedores de lo fino.[18]

En lo que hace propiamente a la Taquiña, su reorganización comenzó en octubre de 1894 al contratarse a Alberto Kollemberger, avecindado en La Paz. Poco más tarde, el 21 de junio de 1895 se aprobaron en Directorio sus Estatutos y el 27 del mismo mes se registraron ante el notario Manuel Ciprián Alvarez, junto

17 **El Comercio de Bolivia** (La Paz) 18 de junio de 1901. Antes de 1889 existían en el Departamento de La Paz dos cervecerías la "Americana" y la "Nacional" situada en Challapata de propiedad de Hugo Preuss y Eugene Stohmann. En 1889 estos adquirieron la "Americana" perteneciente al polifácetico Otto Richter y la fusionaron con la Nacional, usando como base de operaciones el establecimiento de la "Americana". Meses mas tarde Kollemberger organizó la "Cervecería Boliviana". En 1901 ambas cervecerías , a las que se sumaban las más pequeñas "Alemana" e "Inca" competía con las cervezas chilenas "Cousiño", "Valdivia" y "Limachi", aunque esta últimas las duplicaban en precio. En 1906, la Nacional y la Boliviana se unieron para formar la actual Cervecería Boliviana Nacional(CBN). Lloyd, Reginald(director). **Impresiones de las Repúblicas Sud Americanas del Oeste en el Siglo XX. Historia, Población,Comercio, Industria y Riqueza**. Jas Truscott and Son .Ltd. Londres, 1915, p. 356. También **El Comercio de Bolivia** (La Paz) 14 de junio de 1901.

18 **El Telégrafo** (La Paz) 4 diciembre de 1894



GUILLERMO KUNST Y FAMILIA. FINES S. XIX

a la nómina de los accionistas de la Sociedad. En el documento se informa que la Empresa fué organizada "*para producir y expender cerveza, en base al establecimiento que actualmente existe en la Taquiña*". Meses mas tarde, la Resolución Suprema del 24 de septiembre, emanada del entonces Presidente de la República, Mariano Baptista, reconoció la personería jurídica de la "Cervecería de Taquiña". (Fecha que es aceptada oficialmente como de fundación de la Empresa). La lista de accionistas de 1893 y 1895 se consigna en el cuadro Nº 2.

El primer directorio de la novel empresa, quedó compuesto por Guillermo Kunst como presidente, Emilio Heitmann como tesorero y Alberto Kollemberger como secretario. Predominaban en la instancia directriz personalidades de experiencia en el rubro cervecero. Kunst, originario de Bremen (Alemania), años antes de establecerse en Cochabamba, vivió en el Perú donde poseía una cervecería. Kollemberger en tanto trabajó anteriormente como "Director Técnico" de la "Cervecería Americana" propiedad del importante comerciante de origen alemán Otto Richter, establecida en La Paz y en la "Cervecería Boliviana", que, como ya señalamos. él mismo organizó en 1889 en la misma ciudad. Por su parte

CUADRO Nº 2
ACCIONISTAS CERVECERIA DE TAQUIÑA
1893-1895

	1893	1895		1893	1895
KRUGER, RODOLFO	20	21	MONTAÑO, VENACIO		9
MALDONADO, BRAULIO	10	-	DE LA REZA, JOSE		7
BESSAND, LUIS	10	7	URQUIDI, ERNESTO		5
KUNST, GUILLERMO	5	18	TORRES, JOSE LINO		3
DAZZA, ISAAC	5	18	ZAMBRANA VICTOR		3
KLEIN, CARLOS	2	-	ANZE, UBALDO		3
BROKMANN, HERMANN	3	15	GALINDO, ERNESTO		3
WERTH, ENRIQUE	2	5	RIVERO, RAMON 2do.		3
KOLLENBERGER, ALBERTO		90	GUZMAN ACHA, VICTOR		2
STARK, JOSE		29	COSSIO, ANTENOR		2
BARBER, ALFRED W.		18	URQUIDI, ALFREDO		1
HEITMANN, EMILIO		12	VARGAS JULIO		1
			URQUIDI, FILOMENA VDA. DE		1

algunos socios, como Ubaldo Anze, tenían vínculos precedentes con el mundo de la cerveza pues en su bar comercializaba cerveza importada.

Bajo el mando de los tres alemanes, el 10 de mayo de 1895 la cochabambina Taquiña reinició su producción y el 1ero. de junio la venta al público, con una excelente aceptación.

Es interesante advertir que al igual que en la frustrada experiencia de 1893, la Taquiña presentaba en 1895 una fuerte preponderancia de accionistas del mismo origen geográfico, varios de los cuales participaron ya en la primera sociedad (ver cuadro Nº 2). Junto a los europeos, aunque de una importancia accionaria mucho menor, encontramos a un grupo de comerciantes y propietarios locales. Entre todos, nacionales y extranjeros, hacían un total de 21 socios, sumando 260 acciones con valor de cien bolivianos cada una conformando un capital social de veintiseis mil bolivianos. Esto es más de cuatro veces de aporte que la primera incursión cervecera de la Taquiña en 1893..

¿ Quiénes eran estos alemanes?

Su número no era precisamente grande en Cochabamba. El censo de la capital de 1880, realizado luego de la gran peste y sequía acaecida entre 1878-1879, registró apenas a 10 de ellos(as). Un otro censo realizado dos décadas mas tarde(1900), consigna que si bien su número es mayor, tampoco es demográficamente importante pues figuran en él 34 personas de ese origen geográfico. En ambas oportunidades se empadronó a 14.705 y 21.886 habitantes, respectivamente (cuadro Nº 3), lo que nos da una tasa de alemanes(as) menor al 1 por mil en el primer caso (0,68) y ligeramente mayor a este índice en el segundo censo (1.55).

No obstante la cantidad no refleja exactamente su importancia pues los alemanes poseían decisiva presencia en las actividades comerciales de importación de mercancias europeas y de paises vecinos, que había crecido significativamente trás la conclusión del ferrocarril Oruro-Antofagasta en 1892 y la apertura definitiva de Bolivia al comercio mundial.

Un observador, un tanto crítico (quizá por su origen francés), confirmará hacia 1910 la prolongación de esta dominante presencia.

El comercio es muy activo en Cochabamba, se cuenta con alrededor de 50 casas importadoras que trabajan con grandes capitales, dominando el elemento alemán, inundando el país de artículos

CUADRO Nº 3
EUROPEOS EN LA CIUDAD DE COCHABAMBA (1880 - 1900

	1880			1900		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
ITALIA	11	2	13	21	24	45
ALEMANIA	8	2	10	31	3	34
ESPAÑA	7	0	7	13	2	15
FRANCIA	8	4	12	6	3	9
AUSTRIA	0	0	0	6	0	6
INGLATERRA	0	0	0	2	1	3

FUENTE: Censo Municipal de 1880. y Censo Nacional 1900

mediocres o malos, pero baratos. Haciendo prueba de una iniciativa admirable, los alemanes toman posición en las localidades del interior, hoy conformadas por algún centenar de habitantes, pero destinadas a desarrollarse rápidamente(...).[19]

Hasta la primera guerra mundial, que cambió el rumbo del comercio exterior boliviano haciéndolo estrechamente dependiente de los Estados Unidos, el Imperio Alemán fué, con un margen muy estrecho en relación al Reino Unido, el país del cual más importaba Bolivia artículos manufacturados y, en menor proporción, equipamiento minero e industrial. Alemania ocupaba igualmente el segundo lugar en las exportaciones nacionales, consistentes predominantemente en productos naturales: estaño y caucho. Transacciones típicas del modelo "primario-exportador" y la división internacional del trabajo emergentes de la primera revolución industrial.

En medio de ese amplio tráfico, los agentes comerciales alemanes avecindados en Bolivia jugaron un destacadísimo papel de intermediación.[20]

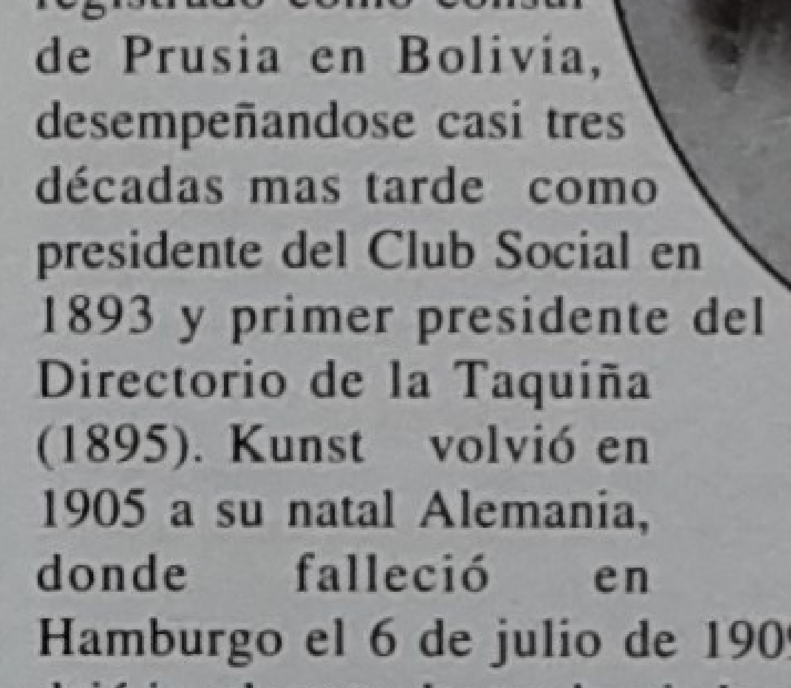
Tres factores nos permiten explicar este descollante papel cumplido por los alemanes tanto en tierras cochabambinas como en otras regiones de la dilatada geografía nacional. En primer término la creciente integración de la economía boliviana, anudada por la minería, en el mercado mundial, a partir de la conclusión de la Guerra del Pacífico. En segundo término, una pequeña y mal dotada capa de comerciantes locales no constituyó un serio freno a extranjeros, mucho mejor preparados para afrontar los riesgos de la interlocución a nivel internacional. Finalmente, ya desde la última década del siglo pasado, Alemania presentaba un arrollador ritmo de crecimiento y sus casas comerciales en franca expansión como su propio Estado apoyaban con firmeza las actividades de sus coterraneos asentados en Bolivia, ya sea administrando sendos comercios o desarrollando pioneras actividades industriales.

Los alemanes no sólo se revelaron comerciantes y capitanes de industria gustosos de la cerveza. Los datos censales que aludimos líneas arriba desnudan su estrategia migratoria: en una mayoría aplastante son varones. Vienen solos desde sus tierras y una buena parte se entrelaza con familias locales por intermedio del matrimonio, fundando núcleos de parentela varias de las cuales persisten hasta hoy. Al afincarse se interesaron, algunos muy activamente, en las cuestiones administrativas y económicas locales[21]. El caso de Rodolfo Kruger, natural de Braunscheweig -región cervecera y de lúpulo- quien llegó a Bolivia aproximadamente en 1885 puede ser paradigmático de esta tendencia. El alemán contrajo nupcias poco después de su arribo con N. Villarroel y en 1890 participó en la fundación del Club Social, resultando nombrado Secretario del primer directorio. Cinco años mas tarde organizó la Sociedad de Bomberos y se desempeño también como miembro del Club de Tiro, cónsul de su país en

[19] Walle, Paul. **Bolivie et ses Mines**, Paris, Ed. Guilmoto, 1913

[20] Tomo estas ideas del importante trabajo de León Bieber. **Las Relaciones Económicas de Bolivia con Alemania, 1880-1920**. Colloquium Verlag, Alemania, 1984 , pp. 78-99

[21] Un recuento pormenorizado de la presencia alemana en Bolivia al finalizar los años 20s. de este siglo en :**El Progreso Alemán en América. Tomo I. Chile-Bolivia**. **Resumen General de las Actividades que ha Desarrollado en Chile y Bolivia la Colonia Alemana**. Buenos Aires. Editorial "Rio de la Plata", 1928.



ALFRED W. BARBER
1890

Cochabamba y Munícipe en la capital del Departamento. Guillermo Kunst, por su parte ya en 1865 fue registrado como consul de Prusia en Bolivia, desempeñandose casi tres décadas mas tarde como presidente del Club Social en 1893 y primer presidente del Directorio de la Taquiña (1895). Kunst volvió en 1905 a su natal Alemania, donde falleció en Hamburgo el 6 de julio de 1909, pero dejó igualmente descendencia local de su matrimonio con Hortensia L.. Los Barber, Alfred Wilson y Stanley, comerciantes impenitentes, ora en Cochabamba, ora en las cálidas tierras benianas, se quedaron también en las tierras que tanto trajinaron. Enrique Fiebeg, cervecero de la Taquiña desde 1895 hasta 1911, organizó una pequeña fábrica de cigarros en una propiedad contigua al establecimiento cervecero.

Originarios por otra parte de un Imperio en el cual al finalizar el siglo XIX, trabajaban nada menos que 20.055 cervecerías produciendo la significativa cantidad de 70 millones de hectolitros[22], los súbditos alemanes poseían un incuestionable know how en esta area ; además, que por su situación comercial y linguistica, gozaban de enormes facilidades en relación a los comerciantes locales para conectarse con fabricantes y técnicos de su país. Vínculos imprescindibles, dada la naturaleza de Alemania -síntesis del gusto, conocimiento y tecnología cervecera-, para forjar sólidas alianzas industriales en otros lares. Parece natural por tanto que su pequeña pero activa colonia en Cochabamba aglutinada desde el 7 de febrero 1895 en el "Club Alemán", que ese mismo año contaba con escasos 19 socios,[23] sirviera de núcleo y modelo irradiador de la elaboración de cerveza en el Departamento, tal como sucedió -y sucedería aún -en otras regiones de Bolivia. Como vimos las empresas Nacional (1883) y Boliviana(1889) asentadas en La Paz nacieron de la iniciativa alemana. A su vez en 1898 Heimbert Heinze organizó con un capital inicial de 25 mil bolivianos- casi el mismo monto con el que empezó la Taquiña- la cervecería "Germania" en el pueblo orureño de Cala Cala a 4.130 metros de altitud. En Chuquisaca igualmente la cervecería "Sucre"(1900) contó con su concurso.

Fenómeno en todo caso tampoco privativo de Bolivia pues se dieron múltiples casos similares en México, Chile, Brazil, y Colombia, para mencionar países que se destacan por su tradición y producción cervecera.

[22] Datos de 1899 y 1900 respectivamente. **Enciclopedia Universal Ilustrada Europea-Americana**. Barcelona, José Espada e hijos Editores, s.p.i, p.1433. T. 12

[23] Lloyd , Reginald (Dir). op. cit. p. 388

CUELLOS DE BOTELLA CERVECEROS

En las primeras dos décadas de su existencia, si bien la Taquiña se diferenciaba, por su naturaleza manufacturera, de las actividades agrícolas predominantes en Cochabamba, no por eso dejaba de estar encuadrada dentro la urdiembre de un medio rural que terminaba por constreñir su accionar. Como es bien sabido la calidad de la cerveza depende a su vez de la calidad de la cebada, la naturaleza del agua usada en su elaboración y el valor del lúpulo, decisivo para dotar a la cerveza de su sabor "amargo".

Ahora bien, en esos años Cochabamba, no era (ni es aún) una región cebadera ; y por el contrario durante todo su ciclo de expansión cervecera, sus principales cultivos de granos giraban en torno al trigo y el maíz; el primero traido por los colonizadores hispanos y el segundo ampliamente usado por los habitantes andinos . No obstante, la provisión de cebada no fue en el período que analizamos un problema que preocupara a la empresa tanto como las repentinas fluctuaciones en su precio . Sometidos los resultados de la siembra a las contigencias climáticas, un año de sequía o escasa lluvia elevaba el precio de la cebada. Así sucedió por ejemplo en 1906, cuando se duplicó en relación al del año precedente y triplicó frente al de 1904. La sequia mermaba adicionalmente la calidad del grano obligando a utilizar una mayor cantidad para mantener inalterable la calidad de la cerveza., incrementando los costos. La contigencia de la sequía, afectaba además los costos del trasporte. Hasta 1926, como veremos más adelante, cuando la Taquiña adquirió un camión Dodge de una tonelada, los borricos y mulas, a menudo adquiridos en la gran feria de Huari(Oruro), bajaban la cerveza de la fábrica a los depósitos citadinos y sostenían la red de distribución tanto dentro el departamento como fuera de él. Cuando llovía poco, el precio del forraje se incrementaba y como corolario arrastraba los precios del transporte por arrias. Y en esas condiciones, sobre todo con un mercado con una demanda relativamente rígida, y bajo la severa competencia de la cervecería Colón, las utilidades podían quedar nuevamente mermadas. La disminución de las lluvias perturbaba igualmente los "motores" hidráulicos, que la cervecería usaba para triturar la cebada y elaborar hielo.

Pero de modo general, la economía regional en su conjunto se veía golpeada por los "malos años" agrícolas afectando negativamente la demanda de cerveza. Cuando la naturaleza se presentaba mezquina, las migraciones humanas aumentaban, los negocios y las transacciones mercantiles disminuían, los talleres artesanales se cerraban y la gente quedaba con poco ánimo para celebrar fiestas, y consiguientemente, las ventas decaían .

En 1903,por ejemplo, como en otros muchos años de comportamiento similar, Guillermo Kunst, Presidente del Directorio, resumió estas dramáticas circunstancias de la siguiente manera:

Las malas cosechas y consiguientes precios subidos de los artículos mas necesarios de la vida han producido una pobreza en el país y de este departamento en especial, que pesa no solo sobre nuestra empresa sino sobre todo el comercio en general. A esto se agrega el alto precio tanto de la cebada como del lúpulo en Europa, la falta de fiestas en el Carnaval, etc. . Todas estas calamidades han reducido el consumo de cerveza y han aumentado el precio de costo de ella. [1]

Las expectativas de los empresarios cerveceros se hallaban por tanto puestas en los "años buenos", de lluvia generosa y cosecha abundante . Entonces toda Cochabamba aliviada parecía retornar al gozoso engranaje de la vida.

Así en enero de 1907 -en uno de esos alentadores días cuando la naturaleza colaboraba con la región- Don Estanislao Barber, Presidente del Directorio informó a sus miembros que :

"El precio de la cebada está bajo en comparación de años pasados. Tenemos suficiente existencia para mucho tiempo y como el año que principiamos promete ser bueno por los frecuentes aguaceros, es de suponer, que la situación económica del departamento mejore mucho. Asi es que podremos esperar mayor movimiento en nuestros negocios". [2]

[1] **Junta General Ordinaria del 30 de julio de 1903**

[2] **Memoria que presenta el Presidente del Directorio de la Cerveceria Taquiña á la Junta General ordinaria el 31 de enero de 1907.**

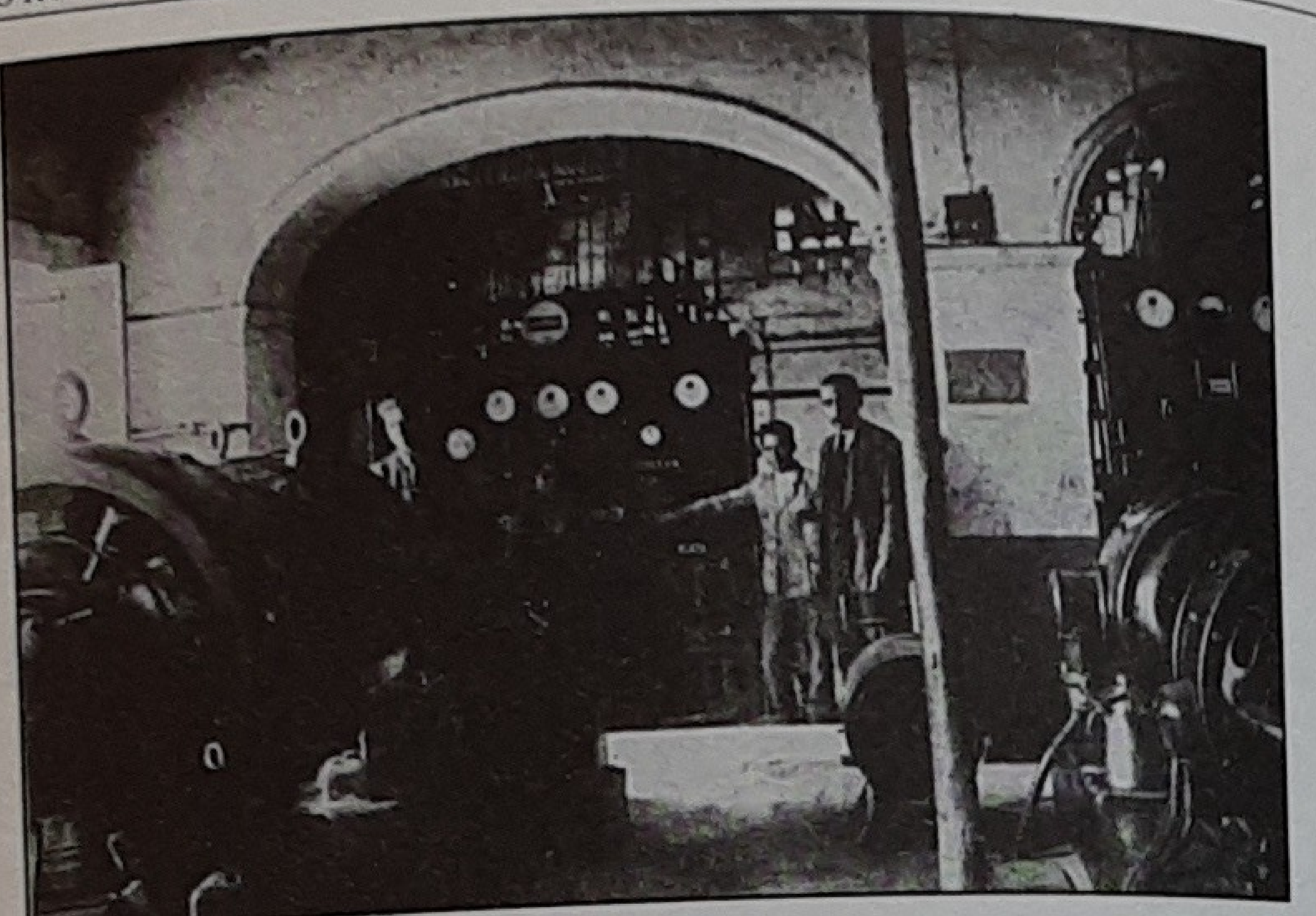
4
UN CAMINO ASCENDENTE
1895-1914

Ya aludimos que la actividad cervecera de la Taquiña nació en Cochabamba precisamente en medio de una fuerte crisis económica ocasionada por la pérdida en manos de la competencia extranjera de los productos locales en los departamentos mineros y surandinos. Sin amplia y segura salida a sus productos, la economía regional volvió sobre sus pasos, sufriendo las rentas de los hacendados, ingresos de agricultores y de la población en general, los efectos deteriorantes del enclaustramiento.

La región, con las limitaciones propias de su insuficiente acumulación y la aversión agrarista a los riesgos del desconocido sistema industrial, no parecía empero dispuesta a rendirse fácilmente frente a las adversas condiciones. La vena de la transformación industrial de granos, cebada y maíz, continuó, en tanto alternativa a la crisis, mas allí de la implantación de la Taquiña, aunque ella fuera de las primeras en lanzarse en esa dirección. En ese contexto en 1898 se organizó la cervecería Colón, cuya primera botella se vendió en enero de 1900. En 1897 se instaló en Quillacollo la primera firma alcoholera, bajo la denominación social de "Barrenechea, Savi y Cia."; a partir de allí la iniciativa cundió y en 1902 existian 8 establecimientos en todo el departamento. Cinco años mas adelante, con una inversión de diez mil libras esterlinas -significativa para la época- quedó constituida en el estratégico valle cerealero de Cliza la "Sociedad de Fomento Agrícola", dedicada a los mismos menesteres de destilar alcohol.[24] Por su parte la "Empresa de Luz y Fuerza" fundada en 1901 y reestructurada en 1908 por inversionistas locales, inauguró en 1911 el ferrocarril que unió los valles de Arani-Cliza con el de Quillacollo.[25] Desde entonces miles y miles de personas lo aprovecharían frecuentemente para comerciar con granos para las cervecerías, las alcoholeras y las infaltables, numerosas y concurridas chicherías.

[24] Rodríguez Ostria, Gustavo. **Elites, Mercado y Cuestión Regional en Bolivia** (Cochabamba). FLACSO, Quito, 1994 p. 70.

[25] Su primera fundación se realizó en 1901. Sus socios iniciales fueron, entre otros, Simón I. Patiño, el rico industrial minero, Juan de la Cruz Torres, Ernesto Galindo, Rafael Urquidi y Roberto Suarez.



"EMPRESA DE LUZ Y FUERZA"
FUNDADA EN 1901

Pero más allá de aquella voluntad reformista, la crisis persistía golpeando a Cochabamba malogrando su condición económica, rentas e ingresos; lo que lógicamente incidía en la cantidad y la calidad de la demanda del producto cervecero; para el cual, por otra parte, no se presentaban de principio abundantes consumidores. No obstante las dos primeras décadas de existencia de la Taquiña (1895-1914) quedaron marcadas por un sostenido crecimiento de su producción y modernización de su aparato productivo. Sendos procesos que le permitieron competir satisfactoriamente con la cerveza importada, generalmente de origen alemán o noruego. En los 80s. marcas como "Caballo", "Avestruz" o "Bremen" y en los 90s. "M.L", "León Coronado" o "Leoncito" arribaban a Cochabamba desde la lejana Europa.

Las cifras emergentes del cuadro Nº 4 evidencian que en el año de 1892, cuando la Taquiña daba sus primeros pasos, se introdujeron a la ciudad de Cochabamba, principal plaza para su consumo, 12.387 cajones equivalentes a igual cantidad de docenas de cerveza importada, monto que se redujo a 4.398 en 1896, al año que reingresa la Taquiña en el mercado local. En 1897 y 1898 la tendencia a la baja persistió, para ascender nuevamente en 1899, asignado por la "Revolución Federal" que perturba con el enfrentamiento liberal-conservador la elaboración en la Taquiña. En 1900, cuando una nueva cervecería la "Colón" ingresa en la competencia, las cifras volveran a los casi tres mil cajones presentes en 1897-1898. Con el siglo vino la debacle final

CUADRO Nº 4
CERVEZA EXTRANJERA INTRODUCIDA A COCHABAMBA
1892-1902

EN CAJONES DE UNA DOCENA

1892	12.389
1895	7.256
1896	4.392
1897	2.915
1898	2.937
1899	5.079
1900	2.962
1901	677
1902	116

FUENTE: Memorias del CONCEJO MUNICIPAL 1892-1902.

para la cerveza extranjera en Cochabamba, apenas 677 cajones se introducen en 1901, los que se reducen a 116 cajones el próximo año. Casi nada: "*la industria nacional prospera*", sentencia satisfecho, al advertir el fenómeno, el Presidente del Concejo Municipal cochabambino.[26]

No sucedió lo propio y con la misma prontitud en otros mercados. La cerveza chilena, cuyo ingreso a Bolivia indudablemente fue facilitado por el ferrocarril Antofagasta-Oruro, todavía continuaba teniendo importante presencia en otras plazas mercantiles como Oruro e incluso La Paz, aunque allí costaba poco más del doble que la elaborada localmente. En 1904, por ejemplo, la cerveza constituyó un 20,81% del total de las exportaciones chilenas a Bolivia, ubicándose en el segundo lugar de importancia detrás de la harina de trigo.[27]

Con todo es posible especular que la devaluación del boliviano que se cotizaba en 1870 a 49d. por unidad a 29d. en 1889 y que continuo cayendo en los 90s, encareciera paulatinamente los productos importados, entre ellos la cerveza, proporcionando el adecuado paraguas proteccionista "de facto" que contribuyó a la consolidación de los productos locales en los mercados regionales como el de Cochabamba . Otro factor que seguramente explica porque la Taquiña y la Colón no enfrentaron una dura competencia chilena en sus propios territorios tuvo que ver con el costo del transporte desde Oruro, que junto a la calidad ascendente de su productos, ayudaron al desplazamiento de la cerveza importada.[28]

Sea como fuere, un ciclo de sustitución de importaciones, como se diría en el lenguaje de los economistas desarrollistas contemporáneos, se había cumplido adecuadamente con la contribución de ambas cervecerías, operando tras la brecha creada por la Taquiña. La región se autoabastecía de cerveza con sus efectos multiplicadores y su eslabonamiento hacia la decaida agricultura. Paradojalmente mientras tanto se erosionaba su antiguo control en los mercados cerealeros surandinos, y el país con Cochabamba perdían -hasta hoy- su capacidad de autoabastecerse de trigo, en grano y harina.

Ahora bien, de acuerdo a las cifras que se consignan en el cuadro Nº 5 se observa que las ventas de la Taquiña pasaron de 15.534 docenas de botellas de

CUADRO Nº 5
TAQUIÑA VENTAS DE CERVEZA
1895-1914

EN DOCENAS

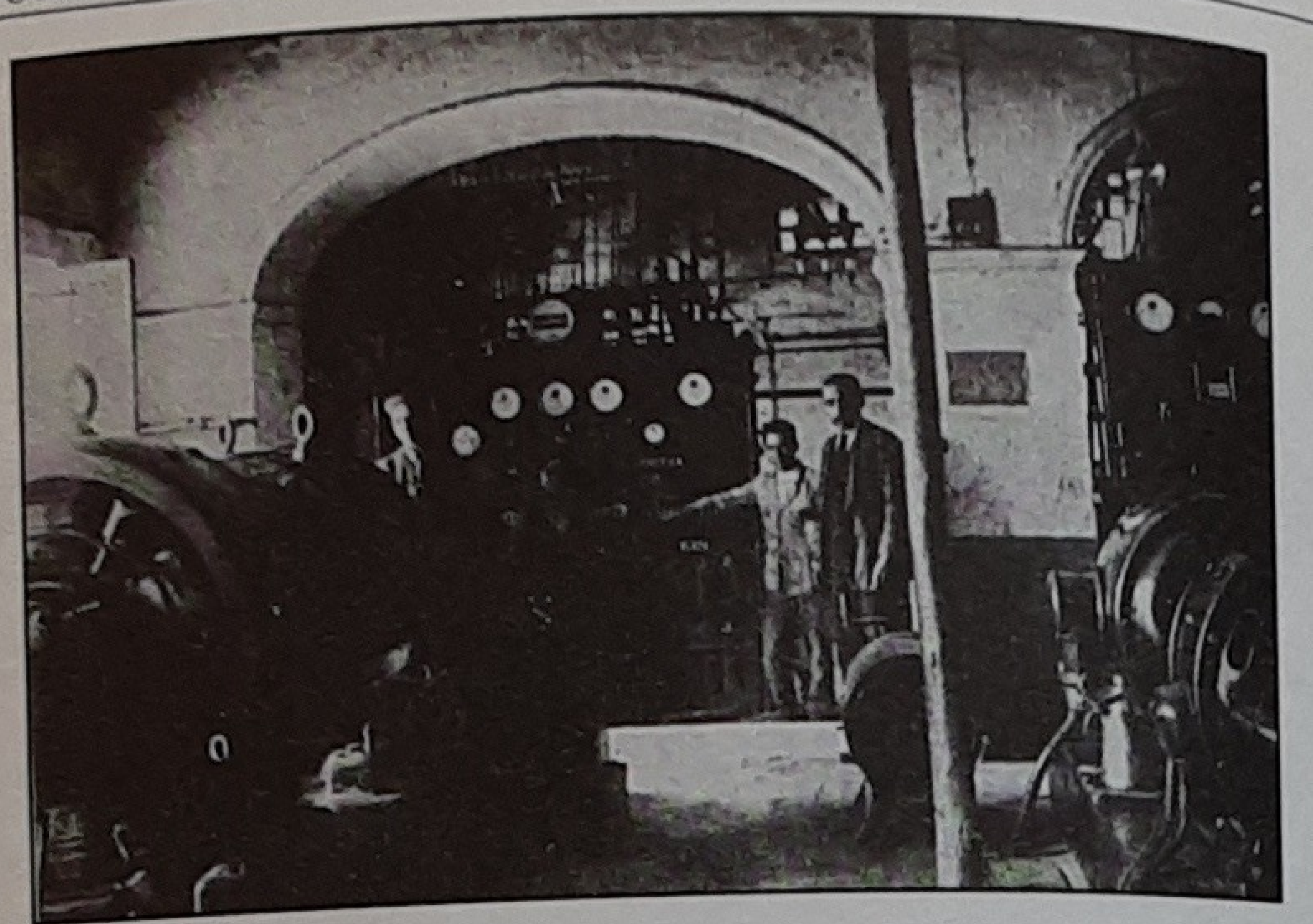
1895	9.062	
1896	12.682	
1897	15.382	
1898	20.412	
1899	20.131	Promedio 15.534
1900	27.417	
1901	31.034	
1902	29.256	
1903	29.003	
1904	34.783	Promedio 30.299
1905	48.693	
1906	53.221	
1907	65.211	
1908	65.591	
1909	74.063	Promedio 61.356
1910	88.377	
1911	94.797	
1912	99.829	
1913	98.242	
1914	83.788	Promedio 93.007

FUENTE: Elaboracion propia en base a Documentos Archivo Taquiña.

26 **Informe del Presidente del Concejo Municipal**. Cochabamba. 1904

27 Todas las exportaciones fueron valoradas en 369.900 pesos oro. La cerveza alcanzó a 77.000 , superando al vino(55.000) ; aunque muy por detrás de la harina de trigo (206.000). **El Comercio de Bolivia.** (La Paz) 5 de diciembre de 1906

28 Resulta ilustrativo que cuando en 1893 la casa comercial J. C. Torres e Hijo envía a su sucursal cruceña la cerveza "Dos Gallos" y "Leoncito" advierta a sus dependientes de la necesidad de tomar en cuenta la cambiante cotización de la plata. **Copiadores Casa J. C. Torres e Hijos** -1893. (Gentileza del Dr. Ernesto Daza Rivero)



"EMPRESA DE LUZ Y FUERZA"
FUNDADA EN 1901

Pero más allá de aquella voluntad reformista, la crisis persistía golpeando a Cochabamba malogrando su condición económica, rentas e ingresos; lo que lógicamente incidía en la cantidad y la calidad de la demanda del producto cervecero; para el cual, por otra parte, no se presentaban de principio abundantes consumidores. No obstante las dos primeras décadas de existencia de la Taquiña (1895-1914) quedaron marcadas por un sostenido crecimiento de su producción y modernización de su aparato productivo. Sendos procesos que le permitieron competir satisfactoriamente con la cerveza importada, generalmente de origen alemán o noruego. En los 80s. marcas como "Caballo", "Avestruz" o "Bremen" y en los 90s. "M.L", "León Coronado" o "Leoncito" arribaban a Cochabamba desde la lejana Europa.

Las cifras emergentes del cuadro Nº 4 evidencian que en el año de 1892, cuando la Taquiña daba sus primeros pasos, se introdujeron a la ciudad de Cochabamba, principal plaza para su consumo, 12.387 cajones equivalentes a igual cantidad de docenas de cerveza importada, monto que se redujo a 4.398 en 1896, al año que reingresa la Taquiña en el mercado local. En 1897 y 1898 la tendencia a la baja persistió, para ascender nuevamente en 1899, asignado por la "Revolución Federal" que perturba con el enfrentamiento liberal-conservador la elaboración en la Taquiña. En 1900, cuando una nueva cervecería la "Colón" ingresa en la competencia, las cifras volveran a los casi tres mil cajones presentes en 1897-1898. Con el siglo vino la debacle final

CUADRO Nº 4
CERVEZA EXTRANJERA INTRODUCIDA A COCHABAMBA
1892-1902

EN CAJONES DE UNA DOCENA

1892	12.389
1895	7.256
1896	4.392
1897	2.915
1898	2.937
1899	5.079
1900	2.962
1901	677
1902	116

FUENTE: Memorias del CONCEJO MUNICIPAL 1892-1902.

para la cerveza extranjera en Cochabamba, apenas 677 cajones se introducen en 1901, los que se reducen a 116 cajones el próximo año. Casi nada: "*la industria nacional prospera*", sentencia satisfecho, al advertir el fenómeno, el Presidente del Concejo Municipal cochabambino.[26]

No sucedió lo propio y con la misma prontitud en otros mercados. La cerveza chilena, cuyo ingreso a Bolivia indudablemente fue facilitado por el ferrocarril Antofagasta-Oruro, todavía continuaba teniendo importante presencia en otras plazas mercantiles como Oruro e incluso La Paz, aunque allí costaba poco más del doble que la elaborada localmente. En 1904, por ejemplo, la cerveza constituyó un 20,81% del total de las exportaciones chilenas a Bolivia, ubicándose en el segundo lugar de importancia detrás de la harina de trigo.[27]

Con todo es posible especular que la devaluación del boliviano que se cotizaba en 1870 a 49d. por unidad a 29d. en 1889 y que continuo cayendo en los 90s, encareciera paulatinamente los productos importados, entre ellos la cerveza, proporcionando el adecuado paraguas proteccionista "de facto" que contribuyó a la consolidación de los productos locales en los mercados regionales como el de Cochabamba . Otro factor que seguramente explica porque la Taquiña y la Colón no enfrentaron una dura competencia chilena en sus propios territorios tuvo que ver con el costo del transporte desde Oruro, que junto a la calidad ascendente de su productos, ayudaron al desplazamiento de la cerveza importada.[28]

Sea como fuere, un ciclo de sustitución de importaciones, como se diría en el lenguaje de los economistas desarrollistas contemporáneos, se había cumplido adecuadamente con la contribución de ambas cervecerías, operando tras la brecha creada por la Taquiña. La región se autoabastecía de cerveza con sus efectos multiplicadores y su eslabonamiento hacia la decaida agricultura. Paradojalmente mientras tanto se erosionaba su antiguo control en los mercados cerealeros surandinos, y el país con Cochabamba perdían -hasta hoy- su capacidad de autoabastecerse de trigo, en grano y harina.

Ahora bien, de acuerdo a las cifras que se consignan en el cuadro Nº 5 se observa que las ventas de la Taquiña pasaron de 15.534 docenas de botellas de

CUADRO Nº 5
TAQUIÑA VENTAS DE CERVEZA
1895-1914

EN DOCENAS

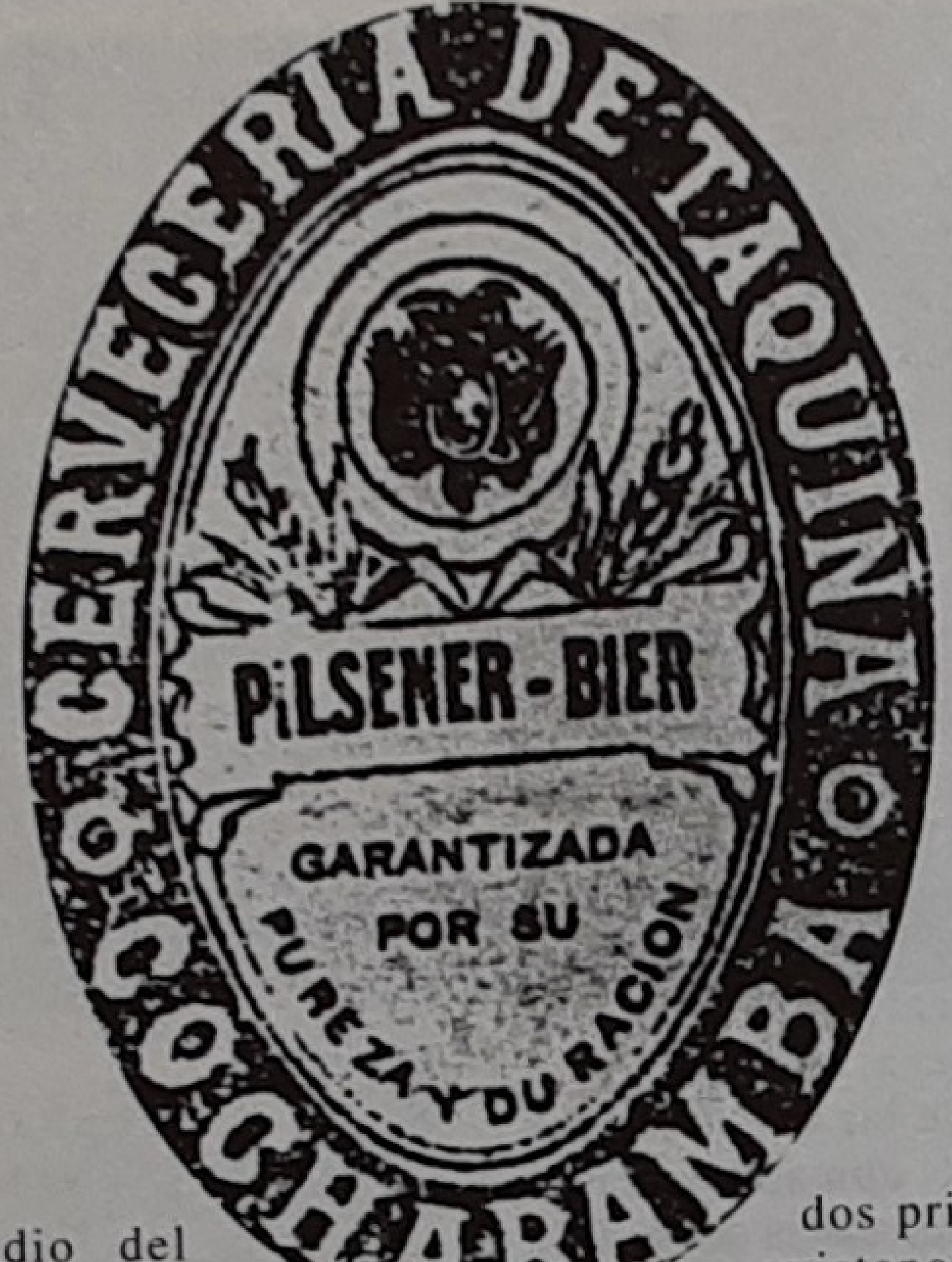
1895	9.062	
1896	12.682	
1897	15.382	
1898	20.412	
1899	20.131	Promedio 15.534
1900	27.417	
1901	31.034	
1902	29.256	
1903	29.003	
1904	34.783	Promedio 30.299
1905	48.693	
1906	53.221	
1907	65.211	
1908	65.591	
1909	74.063	Promedio 61.356
1910	88.377	
1911	94.797	
1912	99.829	
1913	98.242	
1914	83.788	Promedio 93.007

FUENTE: Elaboracion propia en base a Documentos Archivo Taquiña.

[26] **Informe del Presidente del Concejo Municipal**. Cochabamba. 1904

[27] Todas las exportaciones fueron valoradas en 369.900 pesos oro. La cerveza alcanzó a 77.000 , superando al vino(55.000) ; aunque muy por detrás de la harina de trigo (206.000). **El Comercio de Bolivia.** (La Paz) 5 de diciembre de 1906

[28] Resulta ilustrativo que cuando en 1893 la casa comercial J. C. Torres e Hijo envía a su sucursal cruceña la cerveza "Dos Gallos" y "Leoncito" advierta a sus dependientes de la necesidad de tomar en cuenta la cambiante cotización de la plata. **Copiadores Casa J. C. Torres e Hijos** -1893. (Gentileza del Dr. Ernesto Daza Rivero)



PRIMERA ETIQUETA TAQUIÑA
1895

cerveza (promedio del quinquenio 1895-1899) a 30.299 docenas - prácticamente el doble- en el lustro siguiente (1900-1904), para trepar nuevamente entre 1905-1909 a 61.356 docenas y finalmente alcanzar su nivel más alto con 93.007 docenas de promedio en los años de 1910 a 1914. Es decir en dos décadas la Empresa aprovechó una significativa ampliación para prácticamente sextuplicar sus ventas y producción en relación a las registradas en su quinquenio inaugural.

Desagregando las cifras precedentes hallamos posible establecer que el real despegue de la Taquiña acaeció a partir de 1906. En los años previos, salvo el notorio incremento inicial de nueve mil docenas de botellas a veinti siete mil ocurrido entre 1895 y 1900, el techo de sus ventas se estancó en los hechos en este último nivel hasta el mencionado año de 1906, cuando ellas pasaron bruscamente a cuarenta y ocho mil docenas. De allí treparon continuamente hasta 1913-14 cuando bordearon las cien mil docenas de botellas, volumen de ventas cúspide en las dos primeras décadas de existencia cervecera de la Taquiña.

Constataciones como estas nos permiten hilando más fino, dividir las dos décadas años iniciales de la historia de la Empresa, en función sustantivamente de su inserción en el mercado, en dos grandes subetapas, que analizaremos detalladamente más adelante:

a) **la primera** que abarca desde la (re)fundación de la Empresa en 1895, (e incluso desde sus prolegómenos a fines de 1892) hasta 1905, por lo que en rigor coincide, aunque fortuitamente con la primera década de su funcionamiento

b) **la segunda**, caracterizada por el sostenido auge y expansión, principia en 1906 y se extiende hasta 1914; es decir comprende su segunda década de vida.

Luego, como veremos oportunamente, se iniciará un largo período de desgaste y amenazas para la estabilidad y supervivencia de la Empresa que sólo terminarían en la post guerra del Chaco (1932-1935).

4.1 EL GRAN SALTO 1895 - 1905

Una de las primeras tareas que acometió las nueva administración de la Taquiña, presidida hasta 1905 por Guillermo Kunst, consistió en ampliar y mejorar sus condiciones de producción, para tratar de sortear la rutina y la improvisación, causas -en su entender- del fracaso acaecido entre 1893 y 1894. Operando bajo esa perspectiva, en sus dos primeros años de funcionamiento, la Empresa realizó importantes esfuerzos para mejorar sus instalaciones y condiciones de elaboración de cerveza. La tónica de esta época de elevadas ganancias fué la reinversión de parte de ellas en ampliar la capacidad productiva y tecnológica de la Cervecería.

En 1895, cuando contaba con un personal de apenas diez miembros entre administrativos y obreros, importó de Alemania- fuente central de su abastecimento de maquinarias y herramientas- varios toneles para la maduración de cerveza. Durante el primer semestre de 1897, se construyó una casa para almacenar cebada, un edificio compuesto de dos bodegas: una para la fermentación de cebada y otra para tostar la malta y se estrenó ademas una máquina de embotellar y otra de triturar cebada. El paso más importante no obstante ocurrió tres años más tarde al establecerse una máquina, movida por una rueda ("motor") hidráulica construida por E. Fiebeg, dedicada a producir hielo, *"indispensable para la fabricación de buena cerveza durante los meses de grandes calores"*.[29] Hasta entonces (1900) se utilizaba para este fin fundamentalmente fuerza humana, cara y escasa en la región, además que la fábrica no podía independizar su elaboración de las variaciones climáticas, que con el calor del verano afectaban la maduración de la cerveza.

Pese a que la Taquiña sufrió un fuerte golpe con la muerte de Kollemberger producida el 9 de julio de 1897 en la ciudad de La Paz de *"parálisis del corazón"*, sus planes expansivos no se cortaron y al finalizar el año pudo duplicar su capital, con 269 acciones nuevas de 100 bolivianos cada una suscritas por sus propios socios. Con este empuje, bajo la conducción esta vez del cervecero alemán Enrique Fiebeg, que desde el 1ero. de enero de 1898 reemplazó al fallecido Kollemberger, se dieron las previsiones iniciales para enfrentar la competencia que prometía la "Colón", cervecería ubicada en la cercana quebrada de Tirani también por comerciantes alemanes y empresarios locales, que entró en pleno funcionamiento en enero de 1900, cuando el siglo XIX estaba por apagar definitivamente sus luces.

José Aguirre Achá en su obra "De los Andes al Amazonas" editada en 1902 se

[29] Memoria que presenta el Presidente del Directorio de la Cervecería Taquiña á la Junta General de accionistas de 21 de julio de 1897.

encargaría de transcribir sus impresiones sobre ambos establecimientos:

En las cavidades que forman las faldas de la cordillera, se muestran las cervecerías de Taquiña y Colón, separadas de la campiña por un campo pedregoso y árido llamado el Temporal. A ellas se dirigen en los días domingos innumerables cabalgatas y carruajes, y las escenas del más sencillo estusiasmo hacen olvidar por un momento la ceremoniosa seriedad de los bailes de la ciudad.[30]

Conviene reparar en que por mucho tiempo, por lo menos hasta los años veintes del presente siglo, ambas cervecerías resaltarán en el esmirriado "sector industrial" local (Cuadro Nº 6).

Tal es así que un observador puede comentar:

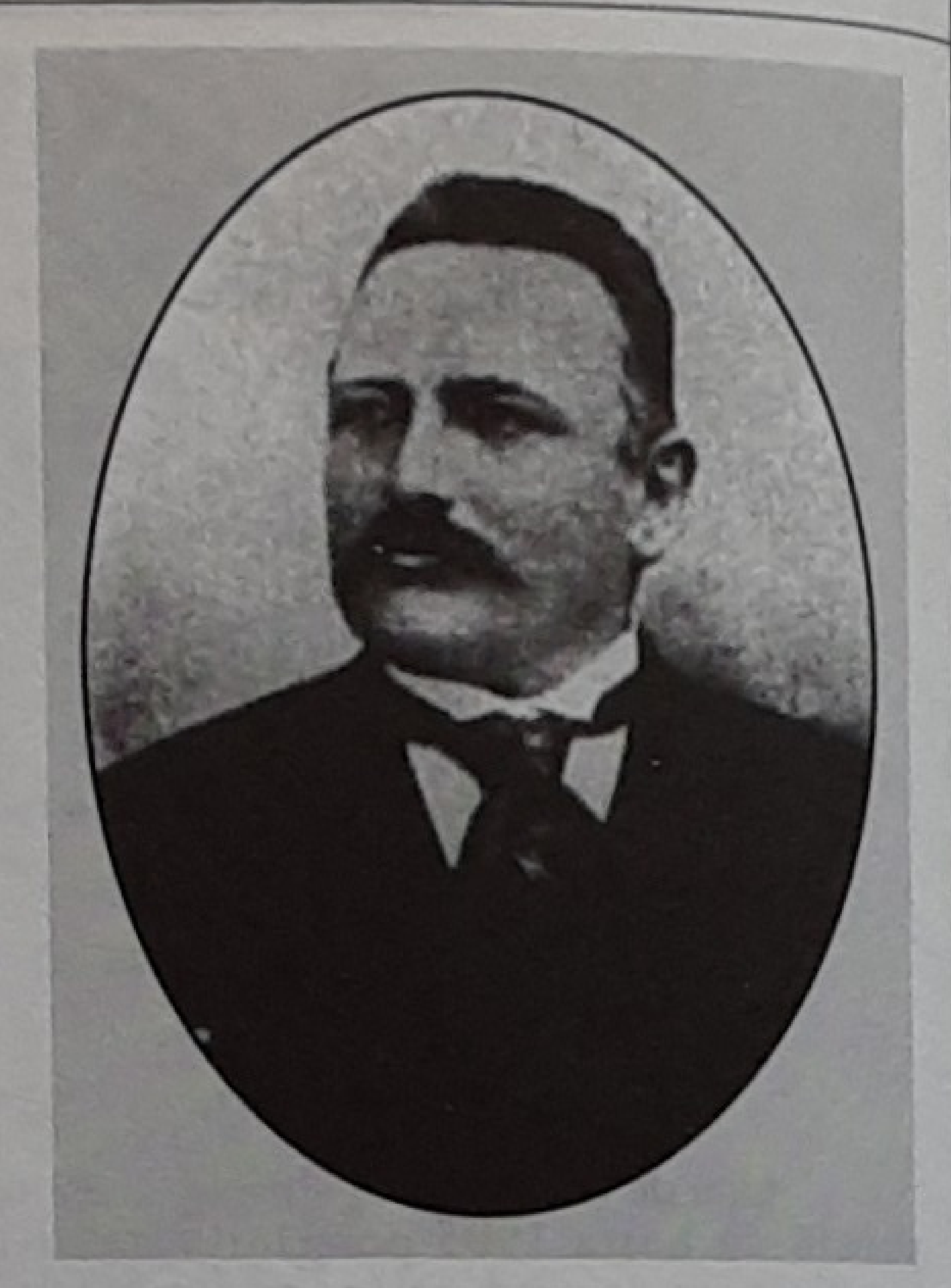
Fuera de algunas cervecerías bien equipadas, Cochabamba no posee industrias características; en efecto, se encuentran sólo pequeñas hilanderías rudimentarias de lana y algodón, curtiembres, alfarerías, fábricas de pastas alimenticias, de velas y jabón.[31]

En competencia con la Colón y tratando de afianzarse en el mercado, la meta de la administración de la Taquiña descansaba en alcanzar una producción de 3.000 docenas de botellas por mes. Para materializar su propósito adquirió, nuevamente en base a la reinversión de sus utilidades, sucesivamente una nueva máquina para hielo (1900), construyó un depósito de fierro para agua(1901), importó de Alemania un aparato para

CUADRO Nº 6
INDUSTRIAS EN COCHABAMBA
1908

Fabricas de cerveza	2
Fabricas de cigarros	2
Establecimientos de curtiembre	30
Establecimientos de destilación	18

FUENTE: **El Heraldo**, 14 de septiembre de 1908



ENRIQUE FIEBEG

filtrar cerveza, otro para embotellar, dos botellas a la vez, uno más para lavar masa para filtrar, además de 20 barrilles de un hectolitro (1901), un segundo caldero, cubas y pipas para fermentación *"para no tener que vender la cerveza demasiado fresca"* (1902) y una poderosa máquina de hacer hielo, adquirida en Alemania(Hamburgo) por 15 mil marcos (1904). Una línea telefónica, novedad moderna instalada en Cochabamba en 1905, que unía comunicativamente la fábrica con la agencia principal ubicada en el centro de la ciudad (1905) completó el cuadro de renovación tecnológica.

Innovaciones que permitieron a la Empresa mejorar su calidad e incrementar su producción y ventas sobrepasando las anheladas tres mil docenas mensuales en 1906, considerando los cuatro tipos de cerveza que entonces elaboraba. Tres de ellas Pilsner (Blanca), Baviera (oscura) y malta (negra) la acompañaban desde 1895, la cuarta, denominada "Munchener Bock" fue incorporada a fines de 1902, una vez que pasó el severo escrutinio de los miembros del "Club Alemán".

30 Aguirre Achá, José. **De los Andes al Amazonas**. La Paz, Imprenta Artística,1902.p.53

31 Walle, Paul. **Bolivie et ses Mines**. Paris, Ed. Guilmoto. (Traducción Giancarla de Quiroga).

4.2 TENTANDO EXPORTAR CERVEZA

Gracias al soporte del impulso descrito precedentemente, como las favorables condiciones existentes en algunos mercados y una sagaz estrategia de comercialización, implementada por Luis Laredo, encargado de ventas desde el 3 de agosto de 1897, la Taquiña pudo trascender la circunscripción regional, superando el enclaustramiento que para otros productos de corte agrario tendía la competencia extranjera y los pésimos como amenazantes caminos sólo aptos para el cansino trasporte por mulas.

Aunque prácticamente desde 1893 hay pruebas que la cerveza Taquiña se enviaba a Santa Cruz, conjuntamente a las alemanas "Dos Gallos" y Leoncito", por primera vez su exportación cervecera alcanzaba volúmenes de magnitud. Al respecto puede constatarse que en 1903, por ejemplo, unas 3500 docenas de botellas, un nada despreciable 12% de la producción anual de la Taquiña se trasladaban en mulas hasta Santa Cruz, Beni y Oruro. Desafortunadamente por falta de información no podemos discriminar el porcentaje correspondiente a cada uno de estos departamentos y los antecedentes específicos de su aproximación a la cerveza cochabambina.

En todo caso con Santa Cruz existía una antigua relación pues Cochabamba servía de paso obligado para la cerveza importada que los arrieros del Valle Bajo o de Vallegrande transportaban al Oriente. Podríamos presumir que al momento en que como vimos esta cesó en su acceso a Cochabamba, a principios de este siglo, también se cortó su flujo hacia Santa Cruz siendo remplazada inicialmente por la cerveza cochabambina; aunque sabemos que en la década de los 20s. predominaba allí la Boliviana Nacional (CBN).[32]

Por otra parte, merced al auge de la recolección de la goma para la prometedora industria del automóvil, precisamente en el mismo momento que los mercados andinos

32 Fundada en 1920. Al respecto ver Daza Rivero, Ernesto. **Cervecería Taquiña S.A. Apuntes Históricos en Ocasión de su Centenario, Cochabamba, 1895-1995**, en esta misma colección Cultural Centenario.

se cerraban para la producción cochabambina, las poblaciones del caucho en el Beni y el Territorio de Colonias (luego Pando) se tornaron en un mercado para los productos regionales que amortiguaba los efectos del dificultoso acceso a los zonas mineras y surandinas.

Los comerciantes y productores cochabambinos fueron convocados a alcanzar esta promisoria "plaza".

> *Abramos camino cómodo al Chimoré, establezcamos con el Beni que diariamente vá creciendo en comercio y necesidades, relaciones más considerables, seamos abastecedores de los laboriosos siringueros para dar salida a nuestros productos y conjugar la ruina de nuestras haciendas.*[33]

Papas, harinas o bebidas: con ellas los comerciantes del Valle cargaban sus mulas remontando la cordillera para luego internarse en los rios del bosque húmedo a fin de conquistar Beni con los productos locales necesitados de mercados; pero también transitaban con las mercancias traidas desde Europa por la via de Antofagasta. Desde el Beni y el Territorio de Colonias retornaban cargados con cueros para las zapaterías cochabambinas y goma, en tránsito hacia el Viejo Mundo.

Merced a este difícil, pero imperioso tráfico, las cochabambinas Colón y Taquiña cosechaban también muchos adeptos entre los miles de ávidos "siringueros" establecidos en las barracas cauchíferas.[34] Llegar hasta las tierras del caucho demandaba enormes esfuerzos y precauciones, pues no existían -pese a todos los esfuerzos realizados desde fines del siglo XIX por autoridades y particulares cochabambinos- caminos bien configurados y, para colmo, se debía navegar, antes de alcanzar Trinidad, por caudalosos e imprevisibles ríos. En este aspecto la experiencia de Alfred y Estanislao Barber -socios de la Taquiña- quienes comerciaban con caucho y poseían lanchas que surcaban los ríos chapareños rumbo a la capital beniana, centro de distribución de mercancías para el territorio cauchífero, debió ser fundamental para consolidar allí la presencia de la cerveza cochabambina.

Pero no era solamente el eslabón oriental que atraía el interés de los directivos de la Taquiña (y la Colón seguramente). También se aventuraba en los mercados orureños, que ya empezaban a vivir los efectos multiplicadores del ciclo del estaño iniciado en las postrimerías del siglo pasado y cristalizado en las primeras décadas del presente.[35] Allí competía con dificultad con la cerveza chilena beneficiada, como muchas otras mercancías de aquel país por el ferrocarril de Antofagasta y las escasas barreras arancelarias. Como si fuera poco, las mercancías cochabambinas debían además lidear con el alto y descalificador costo del transporte por "arrias" de mulas hasta Oruro.

La incursión cervecera, desde una región que sufría precisamente de ausencia de demanda externa, fue vista favorablemente como un desafio a las circunstancias reductoras de las políticas

33 **El 14 de septiembre** (Cochabamba) 26 de noviembre de 1884. Los paréntesis son nuestros. Esta exclamación es sólo una de las tantas que poblaron posteriormente la prensa cochabambina .

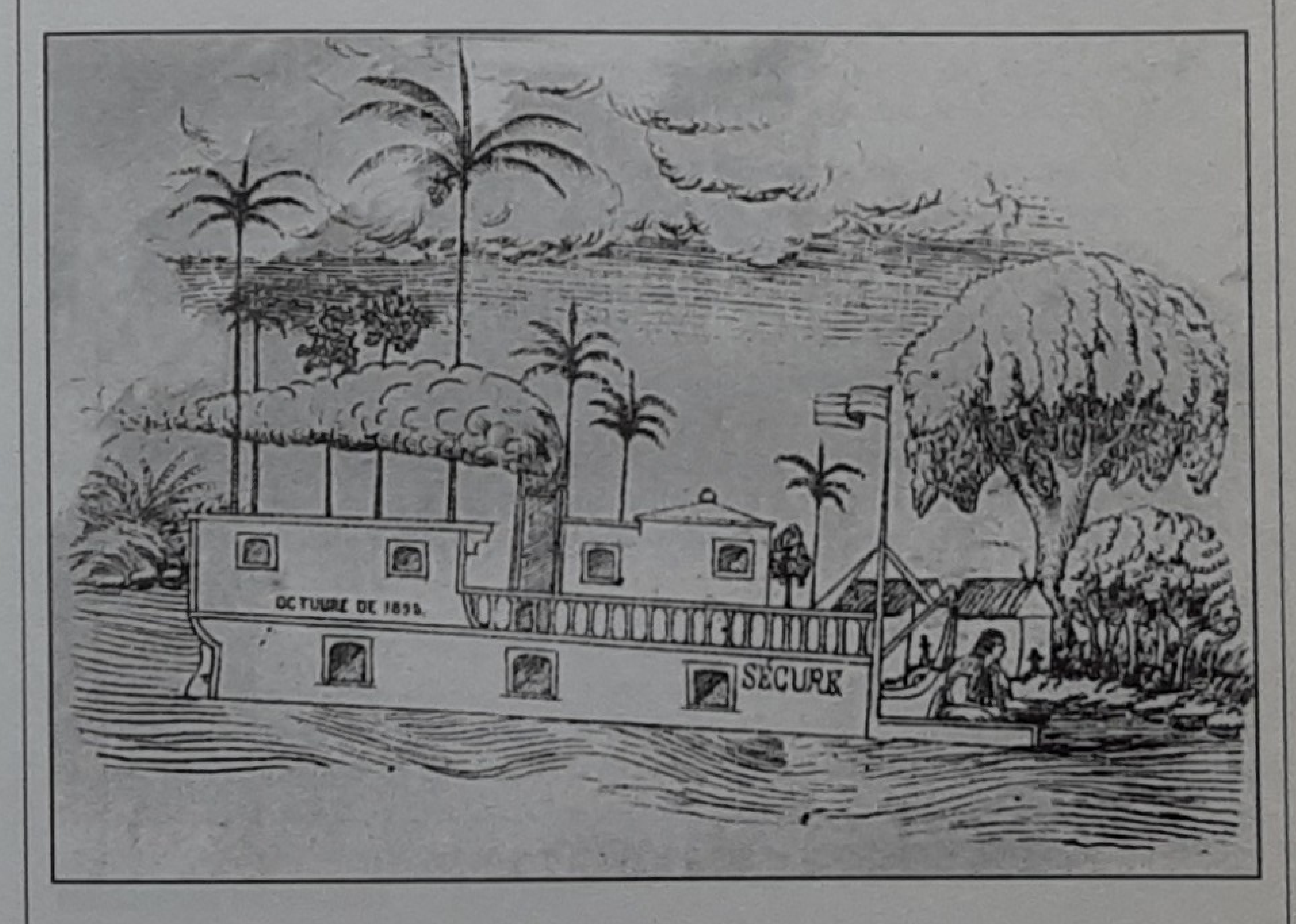
34 El primer envio de la Taquiña se reporta en febrero de 1903 . La Colón debió llegar un poco antes pues en enero de 1901 se reporta que mientras la docena de botellas de la alemana "M.L" costaba en Trinidad 20 bolivianos, la cerveza cochabambina valía 13 bolivianos. **El Comercio de Bolivia** (La Paz) 17 de enero de 1901.

35 Mitre , Antonio. **Bajo un Cielo de Estaño**, La Paz, ILDIS-BM, 1994 para un estudio pormenorizado de las fases del ciclo estañifero.

gubernamentales de apertura irrestricta del mercado nacional, con nefastas consecuencias ya establecidas para Cochabamba. Revelando los rasgos proteccionistas y la abierta crítica a la práctica aperturista del Estado boliviano que se apoderó de las élites locales tras ser abruptamente excluidas del mercado interior, dos importantes "notables" cochabambinos coincidieron, por ejemplo, a fines de 1903 en que:

> *Los tratados de libre cambio absoluto, que por desgracia nos rigen, han cerrado por completo casi todos los mercados de la altiplanicie a los mejores productos de nuestro suelo; por que las dificultades de transporte, traducidas en altos fletes no permiten su concurrencia allí, con los similares chilenos y peruanos.*
>
> *Las cervecerías están iniciando un movimiento de reacción favorable en este orden; transformando nuestras materias primas en otras de menos peso y volumen, hacen posible nuevamente su presencia en algunos de aquellos mercados.*[36]

Pensamientos que compartían muchos otros políticos y empresarios locales, entendiendo que la industrialización de sus materias primas agrícolas podría constituir una pieza medular en la estrategia cochabambina para remontar el cerco tendido en contra suya. La Taquiña, bajo la lógica de ese mandato, formaba parte de la ofensiva regional por recuperar el espacio perdido en el nuevo modelo económico excluyente que el liberalismo pretendía forjar, derrotando a los competidores extranjeros y reactivando su languideciente economía.



PARA CRUZAR LOS RIOS CHAPAREÑOS. DIBUJO DE 1895

36 M. Alvéstegui , R. Urquidi. **El Heraldo** (Cochabamba) 5 de diciembre de 1903.

4.3 CONTINUA EL CRECIMIENTO 1906-1914

No obstante de iniciativas como las descritas precedentemente, importantes pero lamentablemente difíciles de imitar en razón del pequeñisimo conjunto industrial que pudo instalarse en Cochabamba; y, por otro lado, de consolidar a largo plazo dadas las desventajas del aislamiento viario; al promediar la primera década de este siglo persistían en la región los mismos severos problemas derivados del desplazamiento a sus productos en los mercados mineros y altiplánicos, advertidos desde fines de siglo.

Las consecuencias de ésta pérdida fueron vastas. Haciendas y latifundios con su giro económico disminuido, fueron empujadas a que sus propietarios comenzaran, principalmente en los tres valles cerealeros próximos a la ciudad capital, a fragmentarse para pagar las deudas contraidas por los terratenientes. Pero no solamente los grandes y poderosos sufrian con la crisis. Los artesanos, la mayoría de la población en pueblos y villorios, al encontrase sin demanda, se empobrecieron. Por su parte, las frecuentes "secas", con sus escasas lluvias y precios subidos de los alimentos, obligaban a los pequeños productores de manufacturas junto a los también depauperados campesinos a migrar por cientos a la costa del Pacífico, donde los ahora "pampinos" esperaban hallar trabajo y sustento en las "oficinas" salitreras de Tarapacá (Iquique).[37]

El cuadro ciertamente presentaba contornos dramáticos. Pero contrariamente a lo que bien podría suponerse, pese a que las actividades regionales más dinámicas prácticamente se habían paralizado, la Taquiña empezó a gozar en esos mismos años de los merecidos réditos de su esfuerzo precedente. Merced a sus inversiones pudo salvaguardar la calidad y cantidad de su oferta, y en ese lapso conjuró la amenaza de la competencia que significaba la "Colón" mientras exhibía un prestigio de marca sólidamente establecido.

---

37 Gonzáles, Sergio. **Mujeres y Hombres de la Pampa**. **Tarapacá en el ciclo del Salitre**. TER, Iquique,1991

No se engañaba para nada don Estanislao (Stanley) Barber, Presidente del Directorio de la Taquiña tras la renuncia de Guillermo Kunst en mayo de 1905, cuando afirmó satisfecho a principios de 1909:

> *El aumento en las ventas* (que habían pasado de 31.6 mil docenas en 1905 a 66.5 mil docenas en 1909) *prueba la aceptación general que tiene nuestra cerveza en todo el departamento y con agrado puedo constar que en el departamento de Santa Cruz y Provincia de Mojos (Beni), nuestra cerveza está muy acreditada por su buena calidad y conservación en climas tropicales.*
>
> *En la fábrica se han hecho muchas mejorías (...). Da un verdadero placer visitar la fábrica y ver los adelantos que (...) se han instalado.*[38]

Dentro ese clima de satisfacción y con la promesa de nuevos éxitos, en enero de ese mismo año se autorizó la emisión de 260 nuevas acciones, sumando en total 780, con lo que el capital social de la Empresa se incrementó por segunda vez en su corta historia alcanzando a setenta y ocho mil bolivianos, recibiendo cada accionista por dos acciones antiguas una de las nueva.[39] (ver cuadro N° 7)

En enero de 1909, trabajando el plan de modernización iniciado a principios de la década, se decidió adquirir un motor Dentz de 7 a 8 *"fuerzas de caballo"* para aumentar la capacidad motriz de las máquinas de hielo en tiempo seco,[40] principalmente en los meses de septiembre y octubre *"en los que siempre escasea el agua"*. Armada ese mismo año por Enrique Fiebeg, primer cervecero y a esa altura mayor accionista de la Taquiña, la máquina a kerosene fue calificada como una *"verdadera salvación"*[41] pues contribuyó a librar a la Taquiña del albur de las contingencias climáticas en la elaboración de cerveza permitiéndole avanzar hacia el control de su ritmo de trabajo bajo las normas de una administración tecnológica que paulatinamente iba adquiriendo ribetes industriales.

Las ventas continuaron su rumbo ascendente y los beneficios aumentaron consiguientemente. Las 66.591 docenas de 1909 se trocaron en 99.829 cuatro años más tarde: un record en las casi dos décadas de existencia de la Taquiña. Al calor del buen momento los dividendos por acción saltaron abultadamente de los 18.75 bolivianos promedio en la década 1900-1909, a casi cuatro veces más, esto es a 77.52 bolivianos, media en el sexenio 1910-1915.

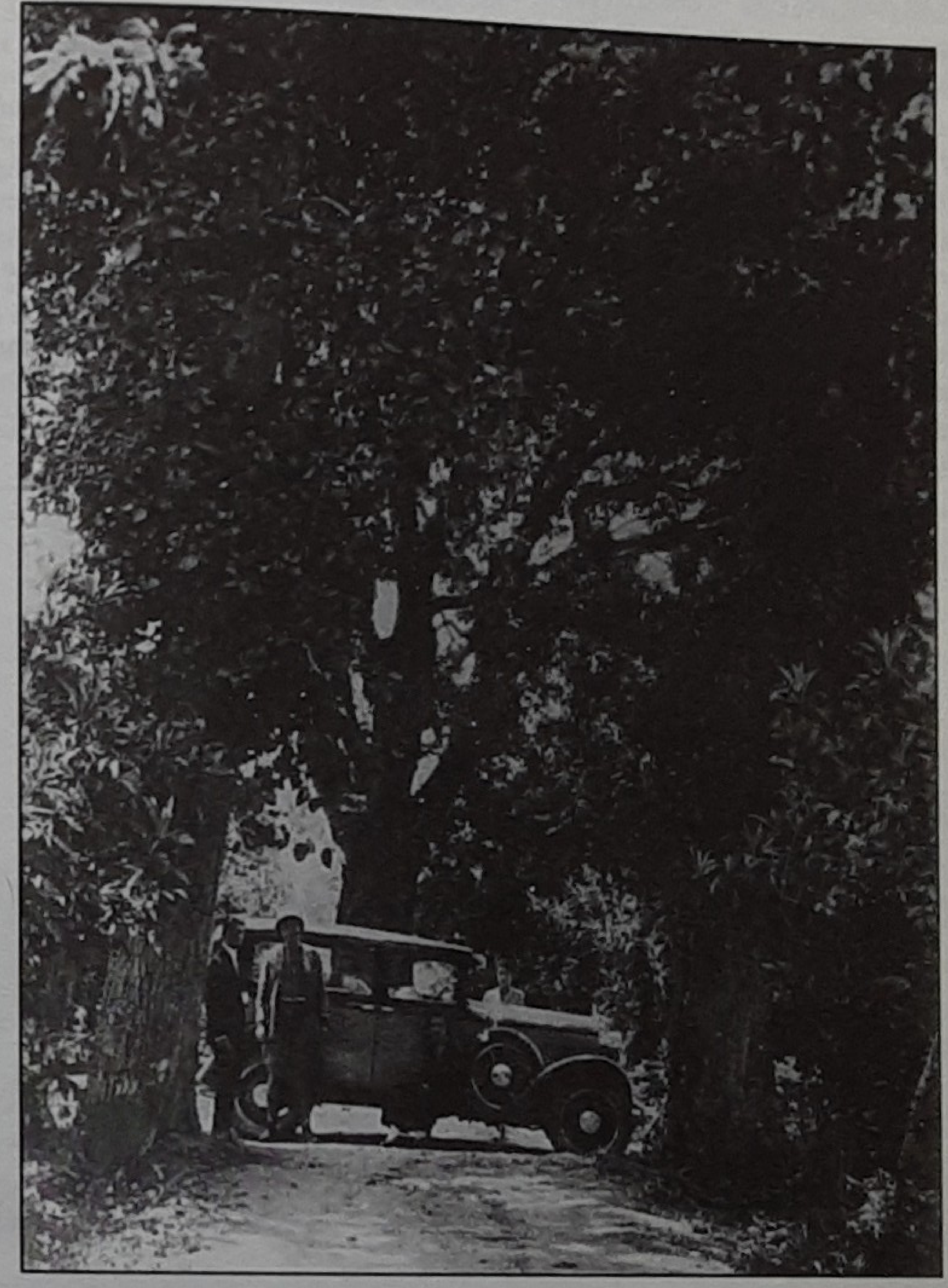
CUADRO N° 7
TAQUIÑA: ACCIONISTAS
1909

ENRIQUE FIEBEG	144
JOSE STARK	139
HORTENSIA L. DE KUNST	116
ALFREDO W. BARBER	96
ESTANISLAO BARBER	60
PABLO BROKMAYER	36
A. RECLAM ERBEN	30
GUILLERMO SANJINES	30
F.V. HEITMAN	27
ESTANISLAO CORREA	21
LUIS LAREDO	15
UBALDO ANZE	9
GUILLERMO TORRES	9
ENRIQUE WANTIG	3
ANTONIO MORENO	3
JUAN C. FONSECA	3

FUENTE: Memoria TAQUIÑA 1909

38 **Memoria que presenta el Presidente del Directorio de la Cerveceria Taquiña á la Junta General ordinaria de fecha 14 del mes de enero de 1909.**
39 **Junta del Directorio 25 de marzo de 1909.**
40 **Junta General de 14 de enero de 1909.**
41 **Memoria que presenta el Presidente del Directorio de la Cerveceria Taquiña á la Junta General ordinaria del 15 de enero de 1910.**

Con estas cifras en los registros, nada parecía amenazar la posición favorable de la Taquiña; incluso la organización de una nueva cerveceria en 1915 situada en las proximidades del rio Tamborada y de propiedad de Ricardo Martinez y Cia, bajo el denominativo de "Nacional".[42] Quizá por ello, sus directivos se dejaron estar en su prosperidad repartiendo suculentos dividendos y sin usar sus utilidades para renovar maquinaria ni ampliar sus instalaciones. Quizá confiaron demasiado que el ambiente favorable, con buenas ventas y ganancias crecientes continuaría sustentado por la simple fuerza de la inercia.



ALAMEDA (HOY EL PRADO)
COCHABAMBA C. 1910

42 **El Ferrocarril** (Cochabamba) 1 de marzo de 1915. La empresa anunciaba elaborar cerveza de tipo Pilsen, Salvator y Malta. Lamentablemente son prácticamente nulos los datos disponibles sobre el porvenir de esta empresa. Don Werner Haas, hijo de José Haas, nos ha comentado que probablemente se convirtió en una destilería de alcohol en los años 30s.

Tiempo más tarde, al confrontarse, como veremos a continuación, con una situación adversa, lamentarían este su escaso apego por la reinversión de las utilidades obtenidas en períodos de altos beneficios. En un contexto regional, sin abundantes y baratos sistemas crediticios a disponibilidad de las actividades económicas, las empresas dependían mucho mas de su propio ritmo de acumulación, de la reinversión de utilidades que de aportes financieros locales o externos. En rigor de verdad, tal como descubririan más tarde los miembros de la Taquiña, lo que no se guardaba en la cúspide del ciclo podría terminar faltando en el momento que la balanza se volcara con el signo contrario.

Censurando esta conducta, Guillermo Sanjinés Presidente del Directorio en aquel entonces admitiría en 1926, cuando la crisis de la Taquiña, prefigurada por lo menos desde hacía una década atrás, estaba tomado nítidos contornos que:

En años anteriores la Taquiña gozaba de gran crédito (...) En medio de tanta prosperidad, se cometió el grave error de no destinar un solo centavo para fondo de reserva; de manera que cuando necesitamos dinero, no fue posible conseguirlo, ni ofreciendo como garantia los bienes de la cerveceria, creandose para la Empresa una situación difícil y comprometida.[43]

Acabamos de consignar un hecho, describiremos a continuación como la Taquiña llegó a una desenlace tan desalentador.

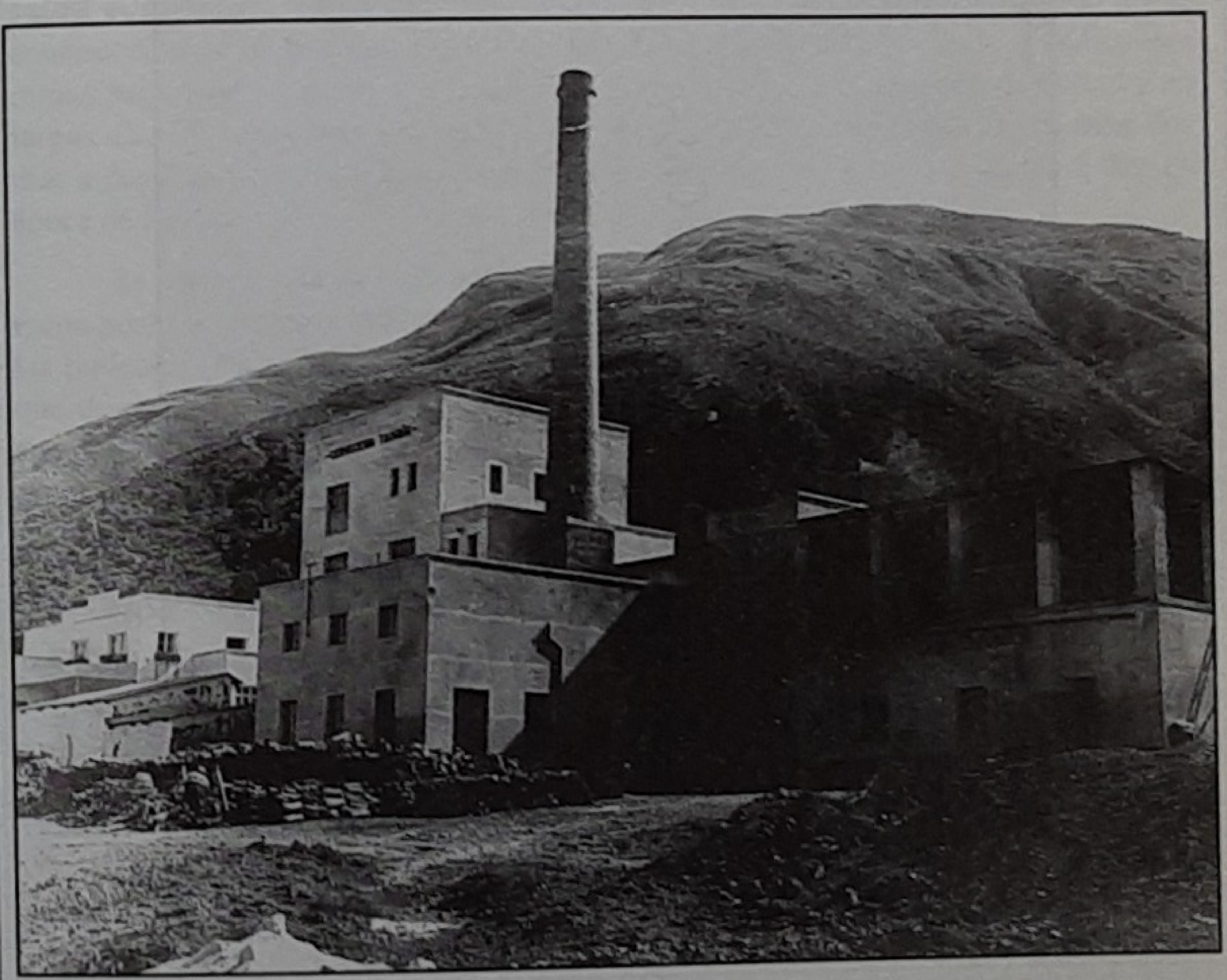


CAMINO COCHABAMBA - QUILLACOLLO. (HACIA 1915)

[43] **Memoria del Presidente del Directorio** correspondiente al primer semestre de 1926. p. 2.

Capítulo Segundo
DE LA CRISIS A LA RECUPERACION 1915- 1952

En este capítulo estudiaremos, siempre enmarcandolo dentro del contexto local y nacional, el comportamiento de la Taquiña entre 1915 y 1952, lapso que como veremos a continuación contendrá una buena dosis de problemas y confrontaciones tanto para la región como para la industria cervecera local. No obstante mostraremos como no necesariamemente ambos ciclos están estrechamente correlacionados. Nuestra narración se inicia con los prolegómenos de la profunda depresión que azotó a la Taquiña en 1928 y concluye con una evaluación de los sentidos esfuerzos para recuperar presencia en el mercado local y nacional en la década de los 40s.



CERVECERIA TAQUIÑA
1940

PROGRAMA GENERAL

PARA LAS

FIESTAS

DE LA

INAUGURACION DEL FERROCARRIL

COCHABAMBA, JULIO

DE 1917

PROGRAMA DE LA INAUGURACION DEL FERROCARRIL COCHABAMBA-ORURO Y MEDALLAS CONMEMORATIVAS 1917

1

UN FERROCARRIL EN LA MENTE

La región cochabambina en su conjunto, trás décadas de padecerla, comprendía cabalmente que la crisis no debería prolongarse por más tiempo, en beneficio de su salud económica. Las expectativas de solución se focalizaron entonces en la construcción de un ferrocarril que vinculara Cochabamba con el Altiplano andino con mayor seguridad y rapidez que tradicionales medios, que cruzaban con dificultad y en largos días los tortuosos caminos. No en vano se tardaba para llegar a Oruro entre dos días a dos días y medio si se hacia el recorrido en diligencia y en mula de 5 a 6 días en época de lluvias.

Se asumía que la velocidad y fuerza del ferrocarril lograrían que la región reconquiste la promisoria plaza mercantil de Oruro y obligada puerta de acceso hacia las bullentes poblaciones de Llallagua, Catavi y Siglo XX, origen del estaño, mineral que desde fines del siglo XIX sustituía a la otrora codiciada plata, como eje de la sempiterna actividad minera boliviana, ingresando con fuerza a una irreversible era de progreso y modernización.

Ved la locomotora que pasea
enhiestas cumbres, légamo profundo (...)
Y de sus flancos sinceros gotea
El bíblico sudor que salva el mundo.

pregonó, con estas ideas en mente, un afiebrado poeta desde un matutino local sintomáticamente denominado "El Ferrocarril.".[44]

No obstante, el centralismo estatal, como se expresaría en el plan ferroviario, denominado Sisson en alusión al ingeniero norteamericano que lo diseñó (1905) y el resistido contrato Speyer (1907), tenía otros planes. No se dudaba en favorecer

44 "La Locomotora" por Ernesto A. Beltrán. **El Ferrocarril** (Cochabamba) 27 de diciembre de 1909.



El Ferrocarril
DIARIO DE LA TARDE
4 PAGINAS | 10 CENTAVOS
AÑO VIII | BOLIVIA—Cochabamba, viernes 13 de julio de 1917. | Núm. 2,141

CERVECERIA DE TAQUIÑA

Habiendo normalizado totalmente sus producciones, recomienda nuevamente a sus clientes y al público consumidor en general, la bondad de sus distintas marcas, las que las vende garantizadas; y además pone en su conocimiento que, en atención a la crisis por la que atraviesa el país, y deseando fomentar en alguna manera la celebración de las fiestas de la inauguración del ferrocarril ha resuelto rebajar los precios de su cerveza desde el día de mañana viernes 13 de los corrientes, en la siguiente forma:

Cerveza Pilsener, Baviera y Bock,	por cargas, en la Agencia principal la docena	Bs. 3.20
" " " "	" docenas " " y Sub-Agencias	" 3.40
" " " "	" botellas sueltas " " "	" 0.30
" "	" cargas en la Agencia principal docena	" 4.20
" Malta	" docenas en la " " y Sub-Agencias doc.	" 4.40
" "	" botellas sueltas " " " "	" 0.40

Cochabamba, 12 de julio de 1917.

ANUNCIO DE LA TAQUIÑA EN OPORTUNIDAD DE LA LLEGADA DEL FERROCARRIL A COCHABAMBA

abiertamente toda vinculación ferroviaria que facilitara la exportación minera - Oruro-Viacha; La Paz-Arica; La Paz-Guaqui ó Sucre-Potosí, en desmedro de las esperanzas y la economía de los departamentos agrícolas que, como Cochabamba, buscaban arduamente reconectarse con los mercados dolorosamente perdidos en el cenit del siglo XIX.

De persitir la tozudez gubernamental

Esto quiere decir sencillamente - avisoraba en aquellos años un visiblemente molesto cochabambino - *que primero podrán viajar los privilegiados hijos de La Paz hasta Buenos Aires y después se pensará en realizar la línea Oruro-Cochabamba: Esto es, cuando el comercio se haya encauzado perfectamente en su corriente de Norte a Sur, y Cochabamba esté aniquilada, relegada a último término en su movimiento comercial, los trigos argentinos remplazarán a los nuestros en el altiplano.*[45]

Comprendiendo que su destino se jugaba en un rápido tendido de las "paralelas de fierro"; las fuerza vivas cochabambinas presionaron sostenidamente al gobierno central, con pronunciamientos públicos, marchas y sendos mítines, en demanda de prontos y suficientes recursos económicos destinados a materializar el ansiado arribo de la locomotora.[46]

Mientras esperaban y luchaban por definir a su favor el resultado de las determinaciones oficiales, osados empresarios cochabambinos como Roberto Suarez y Rafael Urquidi, (re)organizaron en octubre de 1908 la "Luz y Fuerza Eléctrica Cochabamba". Esta, a más de proporcionar energía eléctrica a la ciudad, inició, en 1911, como señalamos la construcción del "Ferrocarril del Valle" que unió desde

45 **El Heraldo** (Cochabamba) 2 de septiembre de 1907

46 Rodríguez Ostria, Gustavo. **Poder Central y Proyecto Regional. Cochabamba y Santa Cruz en los Siglos XIX y XX.** ILDIS-IDAES, Cochabamba, 1993.

junio de 1914 Arani (Valle Alto) con Quillacollo (Valle Bajo). Ambas importantísimas plazas mercantiles tanto para productos locales como importados de todo tipo; la primera de ellas de renombre ya en la era colonial.

Bajo la celosa vigilancia de las élites regionales, y en medio de una tensa espera, la vía hacia Cochabamba finalmente se inició partiendo desde Oruro en 1908. No concluiría hasta mediados de 1917, cuando, en un invernal 26 de julio denominado "Del Progreso"- simbólica muestra de las enormes esperanzas regionales depositadas en la trepidante máquina de hierro - cientos de miles de personas vitoreron a su paso a la primera locomotora que hollaba suelo cochabambino viniendo de un departamento limítrofe.

El esperado ferrocarril desde Oruro, apoyado eficientemente por la red interna Quillacollo-Arani coadyuvó a arrancar a la agricultura regional de su letargo, abriéndo un paréntesis de bonanza. Sucede que en 1918 el gobierno boliviano decretó la nacionalización del alcohol prohibiendo su importación y su elaboración con melazas extranjeras. Las fábricas volcaron sus ojos al maíz valluno que antes sólo limitadamente había salido de sus lares convertido en muku. Al nuevo conjuro miles y miles de quintales se embarcaron en los recien instalados vagones hacia Oruro y La Paz para su destilación en las fábricas alcoholeras. La propia Cochabamba vio como los establecimientos de destilación y las chicherías se disputaban ahora el uso del maíz, ayudando a disparar aún más el precio del cereal y de la chicha, favoreciendo indirectamente el consumo de cerveza.

Por momentos,-lamentablemente escasos y de estabilidad precaria - el andino maíz, que frente al europeo trigo no poseía precedentemente las mismas credenciales de exportación pues circulaba mucho más internamente, quedó encumbrando al justo título de "grano de oro", trayendo, mientras persistió en la cumbre con altos precios, una nueva bonanza para los alicaídos hacendados de sus tres valles(Alto, Bajo y de Sacaba), comerciantes y pobladores cochabambinos. En contrapartida condujo a un desaliento, en razón a su elevado precio, entre los muchísimos consumidores de chicha que lo tenía como materia prima insustituible.



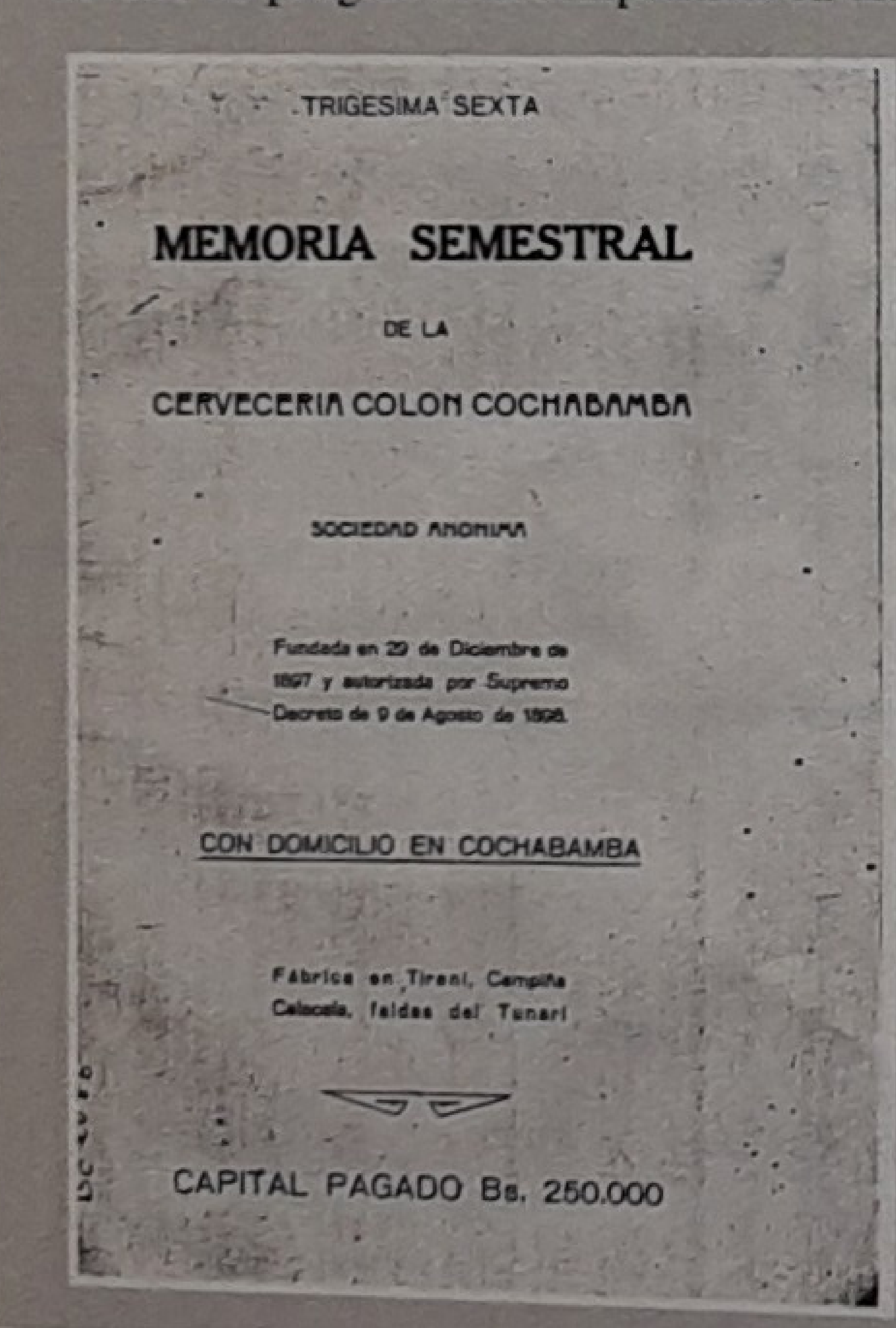
FERROCARRIL ORURO - COCHABAMBA. (C. 1924)

CONTRAPUNTO ENTRE LA TAQUIÑA Y LA COLON

La Cerveceria "Colón", fundada en 29 de diciembre de 1897 , situada en la quebrada de Tirani, fué durante cuatro décadas el espejo de la Taquiña. En enero de 1898 cuando la Taquiña realiza un balance de la conformación de la que sería su rival, su primera reacción fué aumentar su producción hasta tres mil docenas mensuales. En 1899, cuando la Colón está a punto de iniciar sus actividades, solicita de Europa vasos grabados y calendarios para usarlos en su propaganda, la Taquiña imita muy poco este gesto. La Colón inició sus ventas en enero de 1900, pero la Taquiña suspira aliviada, para sus directivos la cervecería de Tirani produce cerveza de regular calidad, además la demanda de esta bebida se esta expandiendo en la región: *"está probado que hay lugar para dos fábricas en Cocabamba"*, concluyen. En 1902 la Colón ensaya una nueva estrategia comercial y regala cerveza a sus consumidores, obligando a la Taquiña a hacer lo propio.

En octubre de 1904 la Colón propuso a la Taquiña organizar una sola empresa de 3540 acciones, 1040 para Taquiña, y 2500 para Colón, bajo el mando de un solo directorio. La Taquiña rechazó la oferta. Sin embargo para reducir los peligros de la competencia en diciembre del mismo año se firmó un convenio, que duró hasta el 5 de mayo de 1905, por el cual ambas cervecerías convinieron consultarse previamente antes de modificar precios. Por concluir los años 20s. y principiar los 30s., nuevamente se piensa en la unificación de las dos empresas, sin llegar a concretarla.

A principios del presente siglo tenían similar envergadura, sin embargo antes de iniciar su período de crisis (1915 - 1928), la Taquiña tomó la delantera y en 1916 producía 720.000 botellas frente a 320.000 de la Colón.[1] Para 1940 ésta diferencia se había incrementado la Taquiña elaboraba unos 10.000 hectolitros mientras la Colón solo 1.000 hectolitros. Ese mismo año la Colón cerró sus puertas.


TRIGESIMA SEXTA

MEMORIA SEMESTRAL

DE LA

CERVECERIA COLON COCHABAMBA

SOCIEDAD ANONIMA

Fundada en 29 de Diciembre de 1897 y autorizada por Supremo Decreto de 9 de Agosto de 1898.

CON DOMICILIO EN COCHABAMBA

Fábrica en Tirani, Campiña Calacala, faldas del Tunari

CAPITAL PAGADO Bs. 250.000

MEMORIA DE LA "CERVECERIA COLON" 1927

[1] Cosio, Zenón. **Informe del Prefecto y Comandante Departamental** (Cochabamba, 1917)

2 UNA SENSIBLE CAIDA 1915-1928

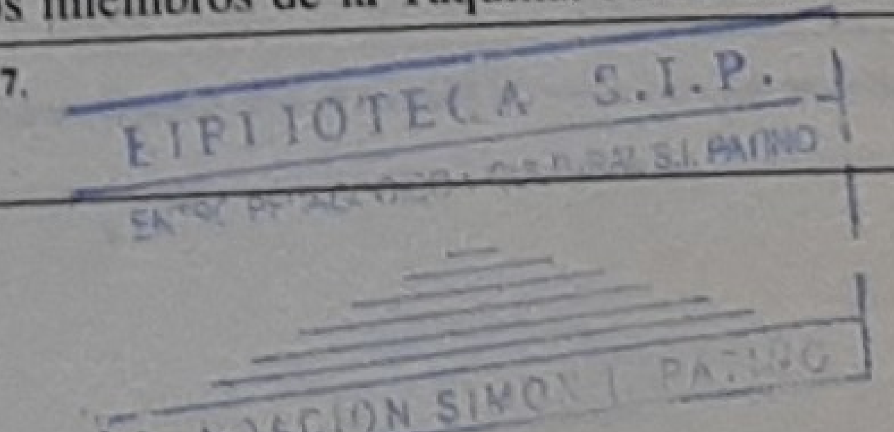
Pese a que hacia 1917, la vía férrea Cochabamba-Oruro se tornaba en una realidad, la "Taquiña" empezó a incursionar nuevamente en el mercado orureño puesto que había cerrado su agencia en ese distrito en 1911, su mayor plaza pertenecía a su propia región por lo cual ésta no constituían una pieza decisiva para su rentabilidad y crecimiento. Sus accionistas no obstante comprendían perfectamente que la dinamización cochabambina producto del ferrocarril, podría acarrear, con sus beneficos efectos multiplicadores, también el bienestar de su Empresa.

Las expectativas para la Taquiña no se cumplieron en el sentido previsto, y los esperados años de recuperación de la economía regional, no auspiciaron - paradójicamente- la continuación del vigoroso crecimiento en ventas y capacidad tecnológica que la cervecería había exhibido hasta entonces. Y por el contrario, como veremos a continuación, sintiendo mucho más el impacto de problemas internos ya aludidos en el anterior acápite que por factores externos de aristas adversos, la situación de la Taquiña empezó a retrotraerse, sometiéndose al vértigo de la crisis y a duras pruebas que la llevaron incluso al borde de su quiebra al finalizar la década de los 20s.

La época de las "vacas flacas" se inició en propiedad con el retiro voluntario del Director Técnico e importante accionista Enrique Fiebeg en los últimos días de julio de 1911, sin que ninguno de los cerveceros que lo sustituyeron pudiera igualar su capacidad, experiencia y sabor. Mal procesada y sin el apoyo de renovaciones tecnológicas, la calidad de la cerveza decayó paulatinamente, afectando el prestigio de la Taquiña, ocasionando consiguientemente una disminución sistemática de sus ventas., principalmente desde 1917; el mismo año de la vinculación ferroviaria de Cochabamba con el minero departamento de Oruro.[47]

Las denuncias respecto a la mala calidad de la cerveza menudearon, tanto desde el público consumidor como de los propios miembros de la Taquiña. Años más tarde,

47 Taquiña, **Junta del Directorio del día 12 de julio de 1917.**



Los esfuerzos por remontar "*tal anomalía*" empezaron a dar frutos cuando el nuevo Director Técnico, el también alemán Alfredo Kapsch residente en Buenos Aires, quien contaba con amplia experiencia en cervecerías chilenas, especialmente en Valdivia, consiguió " *con "ciencia y decisión"* producir *"una cerveza irreprochable cuya venta aumenta día a día"*.[51] A las tres variedades cerveceras (Pilsener, Baviera y Malta, la Bock ya no se producía) se agregó en 1925 la "malta Blanca", denominada "avión" en homenaje a los Junkers alemanes que empezaban, con el recientemente fundado Lloyd Aereo Boliviano (LAB) a volar cielos cochabambinos, relacionando el departamento con sus vecinos a una velocidad nunca antes vista.



PISTA DE AVIACION 1927. (AVION TUNARI)

La prensa local comentó favorablemente el vuelco productivo en la Taquiña en estos términos:

¡¡Cuánta diferencia con la cerveza de hace un año!!. La Taquiña a recuperado en poco tiempo sus antiguos prestigios; allí están (sus) diversas(y excelentes) clases: "Pilsener"; "Malta Blanca", "Baviera", "Malta Negra".[52]

Como reconocimiento, en agosto de 1925 la "Exposición Internacional" celebrada en La Paz, con motivo del centenario de la República, concedió a la Taquiña la medalla de oro. Con estas credenciales en sus manos la Empresa tentó reintroducirse en los mercados orientales (Santa Cruz y Beni), que había abandonado años atrás, sin alcanzar un éxito remarcable. Con el Beni, como a principios de siglo tentó usar las conecciones comerciales de Alfred W. Barber,[53] pero probablemente porque el Beni, tras el colapso de la extracción de la goma entre 1913 y 14 ya no proporcionaba los mismo incentivos y en razon que en Santa Cruz le resultó difícil superar la competencia de la Boliviana Nacional y la Huari que la casa alemana "Zeller, Mozer y Cia." vendía muy bien en esas tierras.[54]

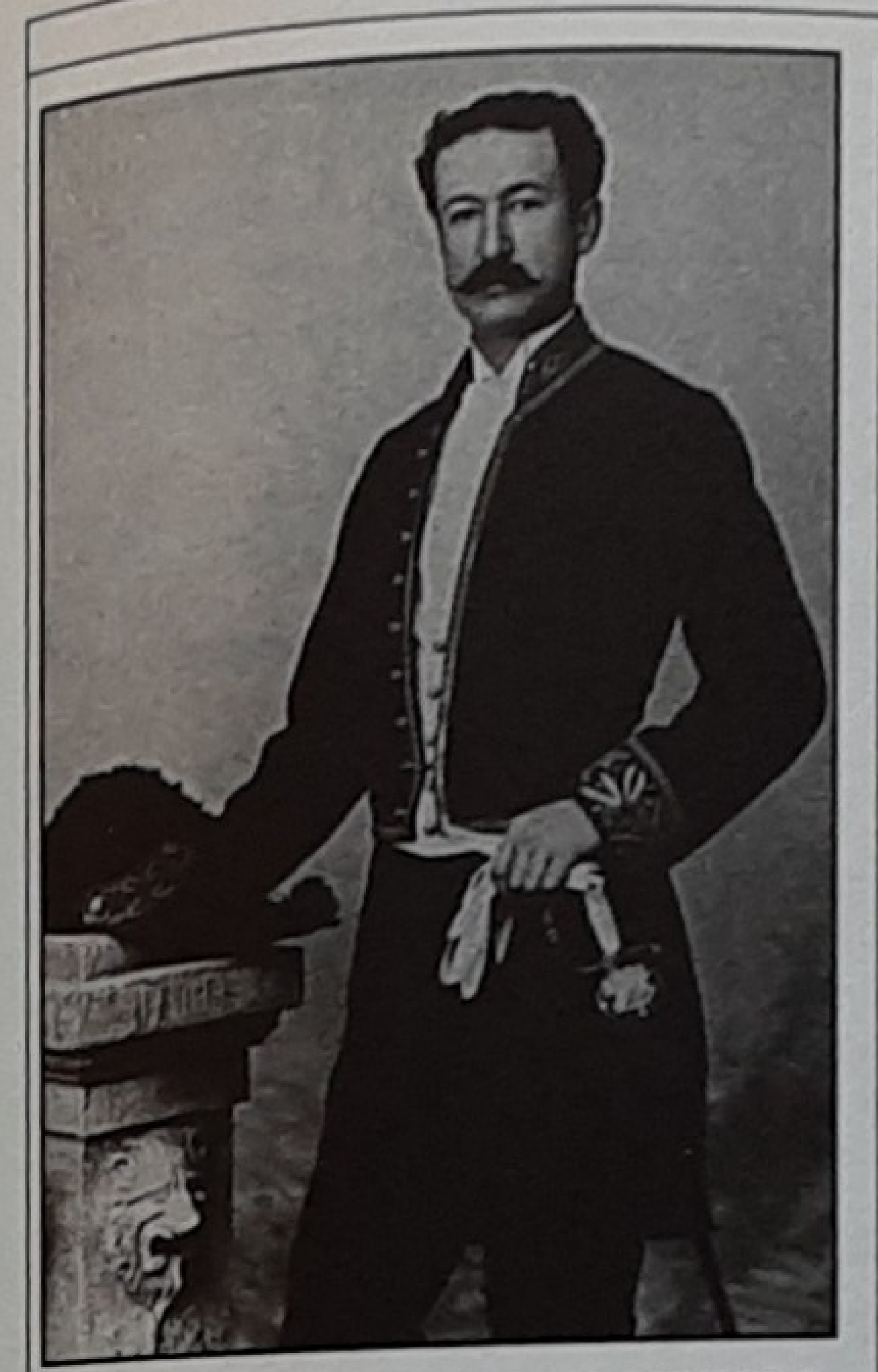
El balance no era para nada bueno:

51 **Informe del Presidente del Directorio de la Cervecería de Taquiña**, Guillermo Sanjinés, correspondiente al segundo semestre de 1925.

52 "Una interesante excursión a la Taquiña". **El Comercio** (Cochabamba) 4 de agosto de 1925.

53 "*considerando la labor eficaz que está haciendo el Sr. Alfredo W. Barber actualmente en Riberalta para introducir nuestra cerveza en la región del rio Beni se acordó la emisión de 12 fardos de cerveza con flete pagado hasta Todos Santos, corriendo el flete desde Todos Santos hasta Riberalta por cuenta de la casa Barber*". Sesión del Directorio del 12 de febrero de 1927.

54 En 1926 se estimó estas ventas en 5 mil docenas anuales. La "paceña" llegaba hasta Cochabamba en tren, para ser luego transportada hasta Santa Cruz en burros y mulas.



GUILLERMO SANJINES. PRESIDENTE DEL DIRECTORIO 30 DE ENERO DE 1925 - 22 DE JUNIO 1928

El Señor Secretario (Stanley Barber) informó que habia recibido aviso de su casa (comercial) de Trinidad que la venta de nuestra cerveza en el Beni deja mucho que desear, sufriendo la venta mucho por la competencia que hace la cerveza de La Paz. En esta ciudad (Cochabamba) la venta se considera satisfactoria, dejando de desear la venta en Santa Cruz adonde se exporta mucha cerveza paceña y también la de Huari .[55]

Pese a esta frustración, la Empresa parecía haber superado las amenazas internas que la amedrentaban en el último quinquenio.

Ahora bien, ese año de 1925, que debía ser de alegre recordatorio por los cien años de vida independiente en Bolivia, la economía regional estaba nuevamente sacudida por una situación critica. Los beneficios de la exportación de maíz para la destilación de alcohol prácticamente habían cesado ahogados por el contrabando de la bebida desde el Perú y la competencia ejercida por el maíz sucrense, paceño y argentino. Como resultado además de las malas cosechas las exportaciones cochabambinas prácticamente cesaron entre 1925 y 1927 ocasionando que el precio de este cereal se derrumbara en los mercados locales cayendo en esos años a menos de la mitad de lo que valía en 1920.[56] Para la Taquiña en concreto, el resultado esta vez fue el contrario al advertido a inicios del auge maicero. No sólo que la demanda de la bebida se retrotrajo por efecto de la disminución de poder adquisitivo, sino que la caida del precio del maíz, como ocurrió otras tantas veces, favoreció, pese a que disminuyó también el valor de la cebada, la elaboración barata de la chicha, en desmedro, por efecto de una alta elasticidad de sustitución de la cerveza, su tradicional adversaria en la práctica del beber.

La región, despojada de su factor maicero de arrastre, retrajo sus actividades otra vez. Se buscó, tal como había sucedido cuando se derumbó a fines de la centuria pasada el mercado de la harina de trigo y las manufacturas, una via de escape en posibles asentamientos de colonos cochabambinos y extranjeros -se habló de italianos y eslavos- en el Chapare y la vinculación ferroviaria con Santa Cruz, la misma que parecía una lógica consecuencia de la línea férrea Cochabamba-Oruro. Al igual que había acontecido a inicios del siglo en el espinoso asunto del plan Sisson y el

55 **Sesión del Directorio.** 15 de abril de 1927.

56 **Industria y Comercio** (Cochabamba) 24 de marzo de 1928. No. 197 p. 15

en 1925, un consternado Guillermo Sanjinés, Presidente del Directorio convendría que en ese lapso :

> *el crédito bien cimentado de que gozaba nuestra cerveza, (fue) desmedrandose poco a poco, merced a la elaboración defectuosa de que era objeto(...). A medida que perdíamos terreno por la mala calidad de la cerveza que se expendía, iba ganándolo la "Colón", que antes nunca pudo hacernos competencia.*[48]

La prueba inequívoca de esta delicada situación se constata al observar que en el quinquenio comprendido entre 1922 y 1926, tal como consignamos en el cuadro Nº 8, Taquiña comercializó en promedio 35.504 docenas de botellas anuales, contra 91.923 docenas del lustro 1912-1916. Reducción del orden del 63.5%, importante para cualquier empresa, que operada bruscamente en apenas una década, golpearía las finanzas, la estabilidad y credibilidad de la Empresa.

El comportamiento desfavorable del mercado para la Taquiña no se detuvo allí y continuó todavía evolucionando hacia abajo pues en 1929, apenas llegaron al público 29.376 docenas de botellas. Lejano parecía seguramente aquel año de 1913, cuando al tope de la demanda desde su (re)organización en 1895, las transacciones de la Taquiña alcanzaron a 99.829 docenas.

Las malas ventas afectaron en secuencia la rentabilidad de la cervecera. En 1914, cuando se gozaba aún de prosperidad, Taquiña distribuyó 186.20 bolivianos por acción; en 1917 sin embargo el monto ya disminuyó a 80,36 bolivianos; es decir a menos de la mitad. El rumbo descendente prosiguió y en 1923 no se distribuyó dividendo alguno, por primera vez desde la fundación de la Empresa, hacía casi tres décadas. La amenaza del descrédito ante la opinión pública fué tan fuerte que el Directorio decidió precautoriamente no publicar el balance de ese año en la prensa local, rompiendo, en aras de la discreción, una antigua tradición. (Cuadro Nº 9)

Comprobando día a día la disminución de clientes, ventas y utilidades y enfrentando la necesidad de salvar a la Empresa de la"completa decadencia", en abril de 1923 el Directorio resolvió destituir al cervecero

CUADRO Nº 8
TAQUIÑA
PRODUCCION 1922 - 1926
EN DOCENAS DE BOTELLAS

1922	46.488
1923	31.237
1924	24.256
1925	26.294
1926	39.246

FUENTE: Taborga, Arturo y Jesús Lozada. **"Trabajos presentados a la Misión Kremmerer por la Asesoría de Cochabamba"** (Cochabamba, Imp. Lopez, 1927) p. 16

CUADRO Nº 9
TAQUIÑA DIVIDENDOS POR ACCION
1895-1925
EN BOLIVIANOS CORRIENTES

Promedio 1892–1904	13,75
Promedio 1905–1914	49,75
1915	131.00
1916	146,00
1917	82,00
1918	65,00
1919	22,00
1920	24,00
1921	20,00
1922	15,00
1923	0,00

FUENTE: elaboración propia en base a documentos Archivo TAQUIÑA.

48 **Informe del Presidente del Directorio de la Cervecería de Taquiña**. 1er. Semestre de 1925.

Javier Rosner y llamar en su auxilio a Enrique Fiebeg, el experi-mentado cervecero retirado voluntariamente en 1911, quien vivía por entonces en su natal Alemania. Fiebeg aceptó la propuesta y arribó a Cochabamba en octubre de 1923. Con su concurso y aporte mejoró la calidad de la cerveza y, con base a este hecho, la Empresa se lanzó a reconquistar mercados tanto localmente como en Santa Cruz y Beni. Desafortunadamente Fiebeg falleció en sus aposentos de la fábrica en la madrugada del 31 de octubre de 1924. A fines de ese mismo año la situación se hizo realmente alarmente pues la Taquiña, situación inédita en su historia, registró pérdidas en su balance equivalentes a 12.820,70bs. Pálido, pero también amenazante extremo que se repitió en el primer semestre de 1925, esta vez con 13.144,96 Bs..

TRANVIA EN COCHABAMBA. (HACIA 1920)

Parte de este défict podía ser atribuido a los nuevos impuestos creados por el gobierno nacional en diciembre de 1923 y febrero de 1924 equivalente cada uno a cinco centavos por botella. Temerosa de ocasionar la *"paralización completa en las ventas"*, si descargaba el impacto de los impuestos sobre los consumidores, el Directorio de la Taquiña resolvió absorverlos en su cuenta, manteniendo los anteriores precios de venta.[49] Los otros factores remarcaban la dificultad de mantener una estructura de costos hecha para los buenos tiempos, en situaciones totalmente adversas. Los malos tiempos podían constatarse igualmente en razon que la Cervecería Boliviana Nacional estaba enviando su cerveza hasta Cochabamba a razón de unas cuatro mil botellas mensuales. No eran muchas, pero podía ser el inicio de un torrente más cuantioso.

Crudamente, Guillermo Sanjinés, Presidente del Directorio en 1925, explicó a los socios las causas de la crisis de la siguiente manera:

> *La crítica situación creada para nuestra empresa por las causas anotadas(los impuestos), habia sido agravada con el considerable aumento en sus gastos, que desde hace dos años excedian con mucho a los que se efectuaban en aquella época féliz en que se distribuia dividendos semestrales de 125%. Tal anomalía, que contribuía directamente a su ruina, no debia subsitir por mas tiempo.*[50]

49 Taquiña. **Memoria del Directorio,** 26 de agosto de 1924.
50 **Informe del Presidente del Directorio de la Cervecería de Taquiña**. 1er. Semestre de 1925.

contrato Speyer entre 1905 y 1906, menudearon las protestas organizadas por el "Comité Pro Ferrocarril". Aunque la vía férrea se inició con gran pompa en 1917 nunca se concluyó extendiéndose solo hasta Aiquile, antes de ingresar propiamente en territorio cruceño. A fines de los 20s. se vio incluso la conveniencia de remplazarla por una carretera, cuya precaria ruta se terminó en 1929, poco antes que la guerra con el Paraguay envolviera con sus preocupaciones el sentir de la sociedad boliviana y cochabambina

Mientras Cochabamba presagiaba los malos vientos de la crisis, la Taquiña, y como en otras oportunidades a contrapelo de la tendencia regional, mostraba en cambio -si se acude a los documentos evacuados por su Directorio en esos años- un viento de popa que la proyectaba (presuntamente) hacia adelante. La competencia, que desde hacía dos décadas libraba con la Colón, parecía definirse otra vez a su favor, mientras se anunciaban buenas ventas locales. En diciembre de 1926 y enero de 1927, por ejemplo, la Taquiña vendió 72.600 botellas contra 25.500 de la empresa de la quebrada de Tirani.[57] Aprovechando el carnaval de 1927 la Taquiña se animó a reintroducir la "Munchener Bock". Y al iniciarse ese mismo año recibió ocho cubas de aluminio *"que es el material que para dicho objeto se emplea actualmente en todas las cervecerias modernas"*.[58]

En ese clima se distribuían frecuentes dividendos del 20% y el Directorio transmitía la confianza y seguridad de un *"envidiable bienestar"*.[59] Para confirmarlo a fines de 1927, se emitieron 260 nuevas acciones, obsequiándolas a los socios en la proporción de una acción nueva por cada tres antiguas. Por efecto de esta determinación el capital social subió a 104.000 bolivianos, compuesto por 1040 acciones de 100 bolivianos cada una.

Incluso en el segundo semestre de 1927 se estudió la conveniencia de refundir e unificar ambas empresas, *"cuyos propietarios están ligados, sino por vínculos de parentezco a lo menos por lo de amistad"*,[60] eliminado la por momentos dura competencia y disuadiendo con su unidad la posibilidad que otra Sociedad se animara a establecer otra cervecería en el Departamento.[61] Pero con buenos indicadores económicos y productivos a su disposición, en la Taquiña predominaba un espejismo de fortaleza y pujanza, desde el cual se desestimó su posible fusión con una alicaida Colón.

Desafortunadamente la atmósfera de confianza duró muy poco. En mayo de 1928 quedó al descubierto que el Tesorero Emilio Stark P., presentando balances inexactos, con alza en la cantidad y valor de los materiales hacía" *figurar utilidades que manifestaban una situación próspera que permitía el reparto de dividendos alucinantes"*.[62]

La ficticia situación, se disimulaba descontando letras y contrayendo prestamos sin el conocimiento del Directorio.[63] Con estas dudosas prácticas en escasos cinco

57 **El Republicano** (Cochabamba) 3 de febrero de 1927 y **El Comercio** (Cochabamba) 20 de noviembre de 1928.

58 **Informe del Presidente del Directorio**, Guillermo Sanjinés, correspondiente al primer semestre de 1927.

59 **Memoria del Presidente del Directorio**, Guillermo Sanjinés, correspondiente al primer semestre de 1926.

60 **Informe de Presidente del directorio de la Cervecería de Taquiña**, correspondiente al 2o. semestre de 1927.

61 **Informe del Presidente del Directorio de la Cervecería de Taquiña**, correspondiente al 2o. semestre de 1927.

62 **Cervecería de Taquiña. Memoria y Balance presentada a la Asamblea Ordinaria** el 22 de marzo de 1929. p. 3.

63 **Cervecería Taquiña S.A. en su Septuagésimo Quinto Aniversario. sept. 1895-sept. 1970**. p. 7.

semestres, entre 1926, 1927 y los primera mitad de 1928, la Empresa sufrió un quebranto de 133 mil bolivianos, que parecía irrecuperable (ver cuadro Nº 10).

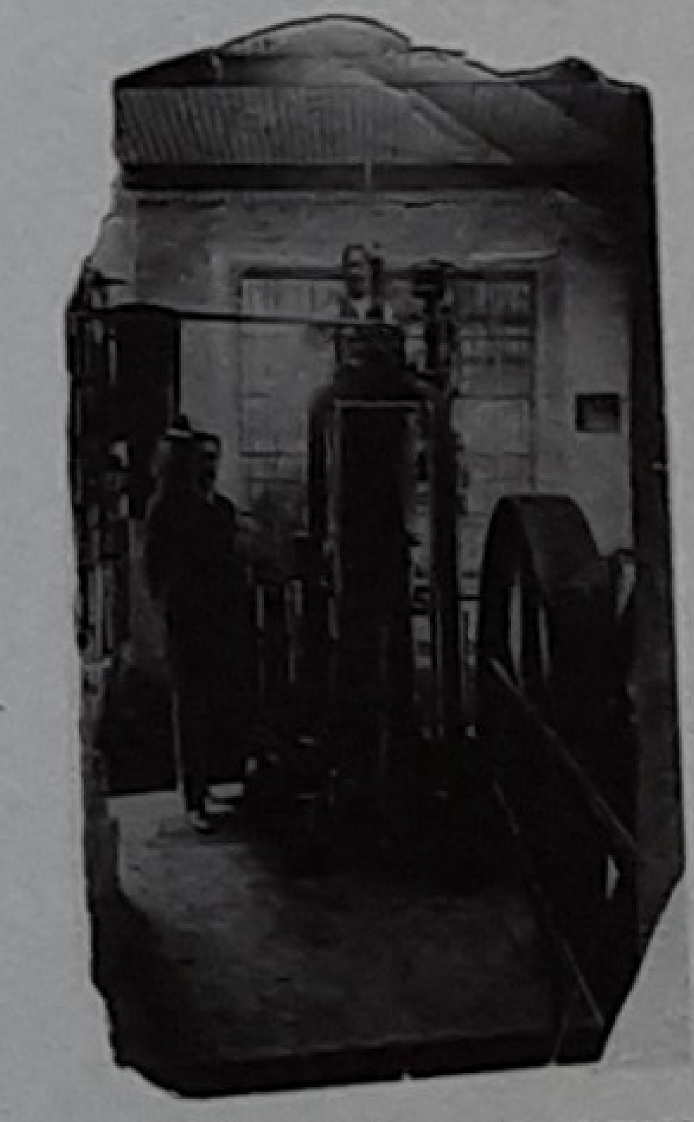
CUADRO Nº 10
TAQUIÑA: PERDIDAS Y UTILIDADES
1922 - 1928
EN BOLIVIANOS CORRIENTES

	UTILIDADES	PERDIDAS
1922		
1er Semestre	16.834,78	--
2º Semestre	12.728,74	--
1923		
1er Semestre	330,95	--
2º Semestre	504,40	--
1924		
1er Semestre	--	12.117,29
2º Semestre	--	12.820,70
1925		
1er Semestre	--	13.144,96
2º Semestre	--	--
1926		
1er Semestre	--	27.600,00
2º Semestre	--	27.600,00
1927		
1er Semestre	--	27.600,00
2º Semestre	--	27.600,00
1928		
1er Semestre	--	27.600,00
2º Semestre	--	14.272,36
TOTAL	**30.398,87**	**190.355,81**

FUENTE: Taquiña. Memoria y Balance. 1929

Todo intento de levantar la empresa en ese momento, si lo hubo, quedó hundido bajo la presión impositiva y los efectos de la crisis local y mundial de 1929. Respecto a los impactos de los primeros un analista señaló: *La cerveza está llena de impuestos municipales, nacionales, departamentales que una fábrica que está arrendada en Bs. 12.000 pagaba por impuestos Bs. 35,000, es decir la parte fiscal era cerca de tres veces más que la renta del propietario. Con este criterio, los capitales bolivianos huyen en busca de mejor y más segura colocación y el gobierno se enfurece de su propia falta*.[64]

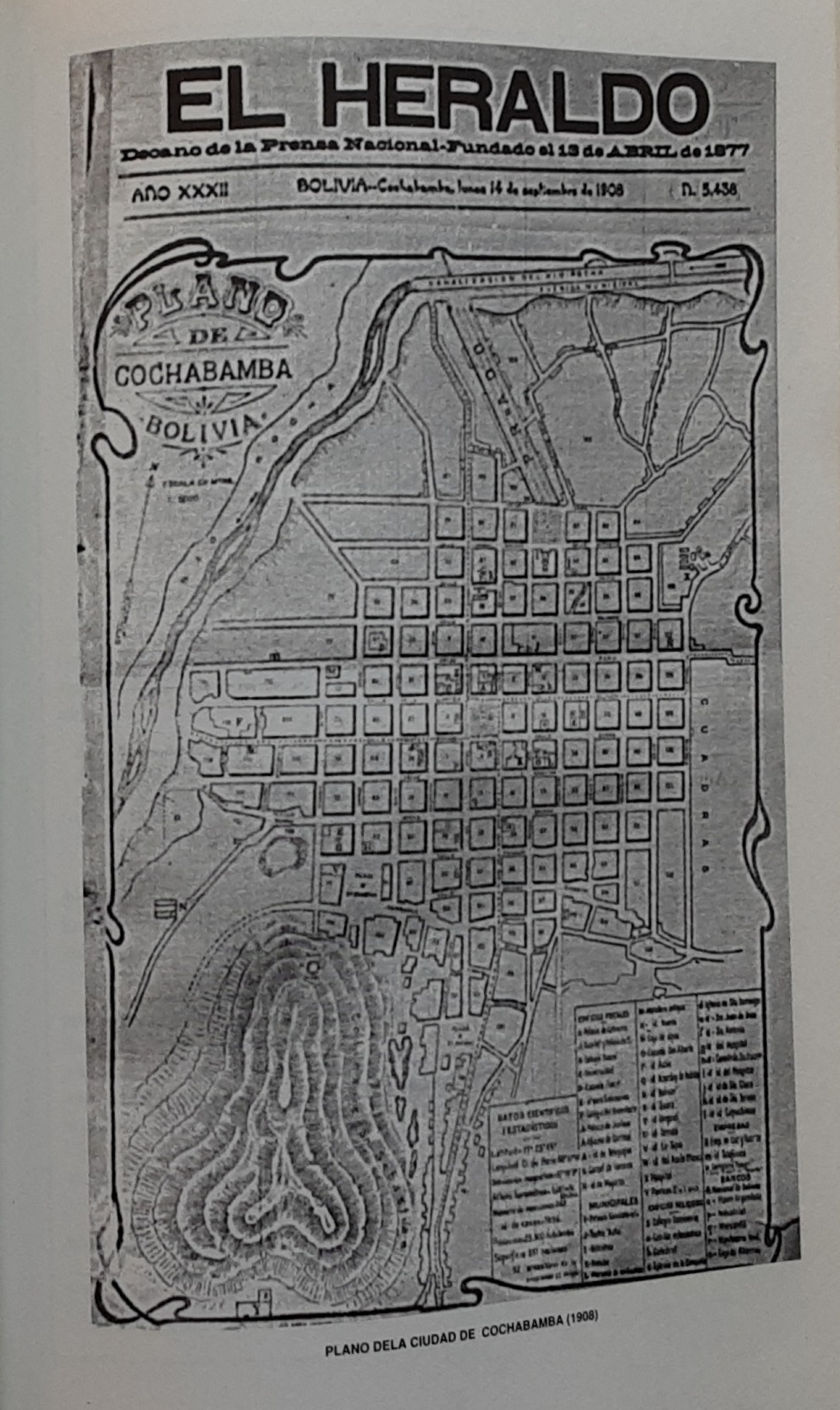
Por su parte, la crisis mundial de 1929-1930 con los fuertes golpes de sus olas financieras sacudió de cuajo a la economía boliviana y local , la cual, como antaño, continuaba manifestando su vocación agrícola. Miles de empresas quebraron en los países industrializados y de rebote la demanda y los precios de los minerales colapsaron en el mercado mundial y muchas minas bolivianas cerraron o redujeron su volumen productivo, disminuyendo la demanda de los productos agrícolas cochabambinos y deprimiendo más aún su economía.[65]



INTERIOR DE LA FABRICA TAQUIÑA. (HACIA 1938)

64 Salamanca, Octavio. **"La crisis en el Departamento de Cochabamba"**. Cochabamba. Imp. La Ilustración, 1927 p. 14

65 Al respecto ver. Whitehead, Lawrence. "El Impacto de la Gran Depresión en Bolivia". **Desarrollo Económico**. Buenos Aires. Abril-junio de 1972, pp. 49-80.


EL HERALDO

Decano de la Prensa Nacional-Fundado el 13 de ABRIL de 1877

AÑO XXXII — BOLIVIA--Cochabamba, lunes 14 de septiembre de 1908 — N. 5.438

PLANO DELA CIUDAD DE COCHABAMBA (1908)

3
TRAS LA RECUPERACION
1928-1938

Aunque la crisis de la Taquiña significaba apenas una partícula de la desastrosa oleada que envolvía a la economía boliviana y cochabambina, para ella, altamente vulnerable a las fluctuaciones del mercado, era tan amplia como dura. Rememorando aquellos pésimos momentos, José de la Reza, Presidente del Directorio durante nueve años (1929-1938), aseveró posteriormente:

> *En aquel entonces, la situación de la Empresa no era nada halagueña. La desvalorización de las acciones por deficiencias de calidad y cantidad de elaboración de la cerveza, la absoluta falta de fondos para el mantenimiento y desarrollo de la empresa y aun un estado de beligerancia con el cervecero, ocasionaron una situación muy difícil.*[66]

La ausencia de alternativas propias y el temor que invadía a algunos de los directivos se revela en la consideración del arrendamiento de la Empresa al grupo Ernest de la Cerveceria Boliviana Nacional en octubre de 1929 y nuevamente la posible unificación con la Colón, en junio de 1930.

Ninguna se concretó a la postre y la Taquiña debió lidear sola con sus compromisos. Con duros esfuerzos recien pudo terminar de cancelar su importante deuda en 1935 -el mismo año que se firmó la paz con el Paraguay- lo que le dió respiro y el espacio suficiente para estabilizar su situación financiera y productiva. Ese mismo año por primera vez desde la catástrofe de 1928 distribuyó dividendos del 8%, originados esta vez de buenas fuentes. Al año siguiente pudo repetir la acción con otro 8% en el primer semestre y un 10% en el segundo. Nuevamente en 1937 los dividendos alcanzaron al 10%, para continuar pagándose de allí en adelante.

Por su parte la posguerra trajo para la región cochabambina importantes mutaciones respecto a su entorno republicano y un cierto grado de estabilidad

---

[66] **Memoria y Balance correspondiente al 2o. semestre de 1937**. Presentada y Aprobada por la Junta General Ordinaria de 16 de febrero de 1938. p.12-13

económica aunque no política. La capital departamental aumentó de población de unas 21.000 personas en 1900 a 71.000 en 1945 y su perímetro urbano se extendió de 142 manzanas a 360 en los mismos años. Gracias a los recargados impuestos sobre las bebidas alcohólicas, sustantivamente la chicha pero también la cerveza, pudo realizar importantes obras urbanas entre ellas la pavimentación de sus principales calles, para uso de su creciente parque automotor, la canalización del amenazante Rio Rocha y la construcción del estadium de fútbol" Félix Capriles".

INDUSTRIA Y COMERCIO

REVISTA SEMANAL DE COMERCIO, INDUSTRIAS, HACIENDA, ESTADISTICA, BANCA Y FINANZAS

Año III Cochabamba, diciembre 12 de 1926. No. 144



PUBLICIDAD DE LA TAQUIÑA EN LA REVISTA "INDUSTRIA Y COMERCIO" (COCHABAMBA) 12 DE DICIEMBRE DE 1926

Los cambios operados alcanzaron también al aparato productivo regional. Las primeras industrias se ejecutaron en el rubro de tabacos y bebidas (la Taquiña entre ellas), pero ya en los años 20s empezaron a aparecer establecimientos vinculados a la elaboración de alimentos, como la "Dillman" de embutidos. Las necesidades de abastecimiento de los soldados que marchaban al frente de guerra con el Paraguay (1932-1935) a su modo dieron un impulso a este tipo de fábricas. *Después de que en 1938* - sostiene un entendido- *se hubo constituido en Cochabamba la primera Cámara de Industria, se crearon en rápida sucesión numerosas empresas en el ramo de los productos alimenticios, textiles, madereros y de cuero, donde desempeñaban papel importante, como materia prima, los productos agrarios.*[67] Pero a pesar de este crecimiento, el Departamento se hallaba lejos de alcanzar a La Paz, el campo industrial más importante del país, y disputaba palmo a palmo con Oruro el segundo lugar. Entre 1936 y 1937, por ejemplo, La Paz -convertida en Sede de Gobierno desde 1899 y punto de conección con el circuito económico minero y el comercio exterior-, concentró el 74,59% de la producción industrial nacional, mientras que Cochabamba, en una desproporción notable, a duras penas alcanzaba al 5,58%.[68]

[67] Schoop, Wolfang. **Ciudades Bolivianas**. Los Amigos del Libro. Cochabamba-La Paz, 1981, p. 139

[68] Calculado en base a datos de la "**Séptima Memoria de la Cámara de Fomento Industrial**". Gestión 1937. La Paz, 1937. spi.

DIRECTORIO DE TAQUIÑA. 1939



Esta foto, tomada a principios de 1939, en su tranquila expresión y su formalidad ritual, es un fino testimonio de las voces del pasado y el engarce de la tradición decimonónica de la Taquiña con el cambiante y moderno mundo de la posguerra del Chaco.

Hombres de dos generaciones y dos procedencias geográficas -alemanes y bolivianos- se entremezclan allí, en el mismo momento que la Empresa- y ellos son sus mentores y tutores- despeja sin dudas, las dudas que la cercan desde el colapso de 1928 y despega hacia un escenario industrial que deja atrás la vieja fábrica con su barniz artesanal. Al verla debemos dejar que sus miembros también nos contemplen con sus rostros eternamente sonrientes que otean la cámara, que en el fondo somos nosotros mismos.

En la primera fila, de izquierda a derecha. Eduardo Sanjinés Kunst, Gerente de la Empresa (1937-1962), nieto del primer presidente del Directorio, Guillermo Kunst. Luego Eduardo Laredo Q., hijo de Luis Laredo, quien expandió desde 1897 la Taquiña por la geografía nacional. A continuación José de la Reza, accionista desde 1897, presidente del Directorio, del 11 de abril de 1929 al 16 de febrero de 1938 y artífice de la recuperación de la Taquiña. Al centro Arturo Galindo, Presidente del Directorio 1938-1940 y luego Senador de la República. Con las manos cruzadas, Alfredo Hauschildt, comerciante alemán (para seguir la tradición). A su lado su compatriota y también comerciante Stanley Barber(Estanislao, por su nombre castellano) . Socio fundador, presidente del Directorio del 25 de julio de 1906 al 5 de mayo de 1909 y del 25 de septiembre de 1912 al 5 de mayo de 1920. Su hermano Alfred Wilson, por quien lleva seguramente un crespón negro en su solapa, también fundador de la Empresa falleció en 1937. Al final de la fila, Germán Urquidi, conocido médico y luego entre 1945 y 1948 Presidente del Directorio.

En la segunda fila., de izquierda a derecha Julio A. Galindo, contador y accionista. de la fábrica,ocupa el tercer lugar. A su lado José Haas, director técnico de diciembre de 1934 a 1971. El penúltimo José Galdo, nacido en 1902, abogado graduado de La Paz en 1927 y vinculado a la Taquiña desde 1928. Presidente del Directorio en 1952 y 1957; con sus 93 años es actualmente el único sobreviviente de esta larga y rica historia.

En el sector agrícola en tanto, tímidos intentos por modernizar algunas haciendas tradicionales transformándolas en empresas lecheras o forrajeras no frenaban la irresistible tendencia, ya advertida desde fines del siglo XIX, a la profunda fragmentación de la tierra y el decaimiento de los cultivos.

En ese contexto, pese a que la situación de la Taquiña marcaba ya un franco contraste con la desastrosa condición de los años de la preguerra; la meritoria estabilidad parecía un éxito necesario pero insuficiente para el Directorio presidido por José de la Reza. Se entendía que la Empresa había caido a fines de los 20s. en crisis dadas las circunstancias de una retracción general del mercado; pero sobretodo víctima de su propia improvización y el engolozinamiento de sus ejecutivos en la época de "vacas gordas". Sensiblemente su mentalidad rentista típicamente preindustrial y de corto plazo los empujó casi al borde del abismo.

Ahora que con denodado esfuerzo y decisiones acertadas habían devuelto la confianza al público y, lo que era tan importante, a los propios socios, el desafio radicaba a sus ojos en no cometer los mismos errores y, gracias a fuertes inversiones, convertir la "*modesta y deficiente fábrica en una verdadera Empresa industrial de positivos y trascendentales beneficios para los accionistas y el país*"[69]

Siguiendo este norte concretado en un plan trazado por el primer cervecero José Hass, quien trabajaba en la Empresa desde el 15 de diciembre de 1934, la Junta General Extraordinaria reunida el 17 de octubre de 1936 acordó emprender un sistemático plan de ampliación productiva y renovación tecnológica a fin de materializar tan caro anhelo.

[69] ibid p.17

Contando con esta garantía, el **primer paso** en pos de la modernización consistió en las instalación de una central hidroeléctrica. Aprovechando la importante caida de agua existente se instaló una turbina Escher Wyss, con su respectivo generador y motores eléctricos capaces de mover la mayor parte de las maquinarias disponibles en la sección de embotellamiento, también la que lavaba la masa de filtro, la que hacía hielo y las bombas para elevar el mosto a la enfriadora. Adicionalmente, en una faceta igualmente importante, permitió dotar de luz eléctrica a toda la fábrica.

De esta manera la Empresa se libraba en gran parte de las contingencias emanadas de su dependencia de la leña como fuente de energía, cuya adquisición se hacia cada vez más difícil y onerosa, por la competencia de las chicheras y la paulatina disminución en la oferta., pese a que con este fin la Taquiña había, no con el éxito deseado, realizado una plantación de eucaliptos para asegurase una mejor provisión de energía.

El **segundo paso** consistió en poner en marcha una nueva instalación de embotellamiento, compuesta de una máquina automática de lavar botellas, una llenadora, una coronadora y un aparato para lavar barriles. Su ventaja radicaba en que además de ahorrar jornales, garantizaba no sólo botellas más limpias y sino con un porcentaje de rotura mucho menor, reduciéndose por consiguientemente los costos.

El **tercer paso**, tomó el rumbo de construir un nuevo depósito de fermentación instalando sus respectivos tanques (cuatro) de acero esmaltado con una capacidad para 368 hectolitros. La fase de maduración fue también reforzada con siete tanques de aluminio, con una capacidad de 350 hectolitros.

Con estas innovaciones, en las cuales se gastó 748.119 bolivianos, la faz de la Taquiña quedó renovada absolutamente. Al constatarlo Arturo Galindo, Presidente del Directorio en 1938, concluyó certeramente al finalizar esa gestión administrativa:

El año que acaba de transcurrir, tiene una gran importancia para el futuro de nuestra Empresa, por que en él se ha iniciado la reconstrucción completa de la fábrica. Todos los antiguos edificios, hechos con materiales primitivos, van cediendo el campo a construcciones modernas y sólidas; nuestras maquinarias anticuadas, de las que la mayor parte funcionan desde la fundación de la fábrica en 1895, van siendo remplazadas por aparatos que responden a las exigencias de la técnica moderna y mayor capacidad de las antiguas, a fin de aumentar en lo posible la producción y poder satisfacer la enorme demanda con que nos favorece el público.[70]

La transformación del antiguo y pequeño establecimiento continuó en el periodo siguiente al iniciarse, con planos enviados por los fabricantes europeos, la construcción de una nueva casa de Cocimiento.

No se pudo seguir de corrido con las modificaciones pues se presentaron escollos para la adquisición de una maestranza de mecánica, once nuevos tanques para aumentar la capacidad de los depósitos de maduración de cerveza y una nueva máquina pasteurizadora, programados para 1939. La guerra que envolvió al mundo, y Alemania principal proveedor de maquinas y repuestos, desde septiembre de 1939 hasta agosto de 1945, cortó el tráfico comercial con Europa y obligo a otros países a racionar su provisión de maquinarias. El Estado boliviano, por su lado, acosado por las condiciones económicas que provocó su contribución al fortalecimiento de la causa aliada, puso severas restricciones en el uso de las divisas.

Afortunadamente la Empresa se dio modos para sortear el problema recurriendo a proveedores norte-americanos y argentinos y gestionando con el gobierno las apetecidas divisas. Coronando su esfuerzo estableció una nueva casa de máquinas, un Grupo Diesel-Eléctrico para reducir los riesgos en época seca de la turbina hidráhulica, además once (11) tanques de maduración de acero esmaltado y las instalaciones frigoríficas concluidas en 1941, sumaron su concurso a las obras de renovación desatadas desde 1938.

Los gastos que demandó la nueva fase alcanzaron montos notables pues solo en 1941, se pagaron por máquinaria y edificaciones poco más de dos millones de bolivianos. Para solventarlos en octubre del 1940 el directorio de Taquiña, presidido por Alfredo Hauschildt, comerciante de origen alemán, autorizó la emisión de 500 acciones.[71] elevando el capital social a cinco millones, por tercera vez desde que en 1936 se decidiera ampliar y renovar de raiz la fábrica. En aquel año de1940, la Taquiña, tal como puede observarse en el cuadro N° 11, por su volúmen de producción se posicionaba como la

[70] Memoria y Balance correspondiente al 2do. semestre de 1938. Presentada y aprobada por la Junta General Ordinaria de 31 de enero de 1939. Cochabamba, Editorial Canelas, 1938 pp.15-16.

[71] Memoria y Balance correspondiente al 2o. Semestre de 1941. Aprobado por la Junta General Ordinaria de Accionistas del 27 de enero de 1942. p.9.

CUADRO Nº 11
BOLIVIA: PRODUCCION ESTIMADA EN FABRICAS DE CERVEZA, 1940
EN HECTOLITROS

LA PAZ	
BOLIVIANA NACIONAL	110.000
ANDINA	4.000
AMERICANA	4.000
VIACHA	6.500
COCHABAMBA	
TAQUIÑA	10.000
COLON	1.000
ORURO	
HUARI	15.000
CALACALA	3.000
SUCRE	
SUCRE	3.000
POTOSI	
NACIONAL	3.000
SANTA CRUZ	
EIRLWEN	1.500
TARIJA	
MAYER	2.500
TOTAL	163.500

FUENTE: Cámara Nacional de Industria. **10ª Memoria.** La Paz. 1941

tercera cervecería del país, detrás de la Boliviana Nacional y la Huari; y a varios, e irrecuperables, cuerpos de distancia de su tradicional adversaria la "Colón"; la cual finalmente tras diversos tropiezos y cambios de dueños cerró al finalizar ese año.

Ahora bien, la significativa transformación, que desbloqueó viejos cuellos de botella en la elaboración cervecera y amplio su capacidad productiva, trajo consiguientemente el aumento de la calidad de la cerveza. Este vuelco, además de los problemas que por entonces presentaba la sempiterna y agónica rival "Colón", contribuyeron para propiciar un fuerte y justificado salto en las ventas de la Taquiña. En el bienio 1936-37, según consta en el cuadro Nº 12, estas no habían superado todavía los volúmenes presentes en el primer quinquenio de la década de los 10s., manteniéndose en las 81 mil docenas anuales contra las 99.829 docenas registradas en 1913. Sin embargo las ventas subieron bruscamente en 1939 a casi 152 mil docenas, un 87% mas que apenas tres años atrás. Sostenido como vigoroso impulso que llevó a que la Taquiña vendiera en 1945- año que cumplía media centuria de existencia- nada menos que 308.161 docenas de botellas. Un volumen nunca antes por ella alcanzado. Tras un leve estancamiento entre 1947 y 1949, las entregas volvieron a crecer apartir de 1950.

En todo caso en los mismos años el consumo nacional de cerveza, y por consiguiente las ventas de las distintas empresas cerveceras, mostró una saludable recuperación, duplicándose prácticamente entre 1938 y 1950. Si en el primero de estos años en toda Bolivia se vendieron 15,5 millones de litros, para 1945 este volumen pasó a 21,4 millones y a 27,4 millones en 1950.[72] Tasa de crecimiento mayor que la poblacional (estimada en un 2,5% anual) que nos permite afirmar que esta expansión debe explicarse no solo por el efecto inercial de la existencia de más bolivianos(as),

[72] Memoria del Banco Central de Bolivia correspondiente a 1950

A SUS AMIGOS
LA CERVECERIA TAQUIÑA
Cochabamba

PROPAGANDA DE TAQUIÑA IMPRESA EN ESTADOS UNIDOS. C. 1945 - 1950

sino por un mayor consumo per cápita. Fenómeno seguramente asociado a cambios en los gustos y la afirmación paulatina de una clase media modernizante aficionada a la cerveza.

Ahora bien, conviene reparar que las ventas de la Taquiña se circunscribían casi en su totalidad al departamento de Cochabamba, y sobre todo su capital. En las zonas rurales se consumía poco y se prefería indudablemente la abundante (y más barata) chicha. Por su lado las exportaciones hacia otras regiones, como las orientales que en el pasado se constituyeron en importantes mercados apenas se ejecutaban de modo eventual. Convenía, a juicio de los directivos, subsanar el déficit. De allí que coincidentemente con la expansión productiva ya aludida, en 1939 se buscó ampliar las ventas en las provincias del Departamento y luego con cerveza elaborada especialmente para resistir en los climas cálidos, al Oriente del país.

Así lo informó en 1945 el Presidente del Directorio, Dr. Germán Urquidi:

> *Para contrarrestar estas circunstancias desfavorables y habiendo saturado por completo el mercado de nuestro departamento, hemos comenzado a extender la venta de nuestros productos a otros centros de la república, donde tenemos competencia con productos similares.*[73]

Tras la conclusión de una precaria carretera poco antes de la guerra con el Paraguay (1929) y del ferrocarril hasta Aiquile (1942); Santa Cruz parecía estar ahora mucho más a la mano que

[73] **Memoria y Balance correspondiente al primer Semestre de 1945**. p. 8

durante la era de las sendas y las mulas del siglo pasado. Lo propio podía decirse del altiplano. Los resultados no fueron inicialmente del todo satisfactorios, tal como ya había sucedido una década atrás. En todo 1938 apenas se exportaron hacia Santa Cruz, unas 1300 docenas de botellas. En 1942 y 1943, tal como se observa en el cuadro Nº. 12, se evidenció una buena recuperación, aunque no con la amplitud del cuatrienio de 1944 a 1946, cuando en promedio salieron rumbo a otras regiones, entre ellas los centros mineros estañiferos aledaños a Oruro, 66.516 docenas botellas anualmente.

CUADRO Nº 12
TAQUIÑA: VENTAS DE CERVEZA 1929-1946
EN DOCENAS DE BOTELLAS

1929	29.736
1936	81.376
1937	81.978
1938	111.912
1939	151.692
1940	146.142
1941	188.067
1943	292.454
1945	308.161
1946	314.500

FUENTE: Elaboración propia en base a Memorias del Directorio de Taquiña.

Para ofrecer un punto de contraste digamos que en aquellos mismos años las ventas medias de la Taquiña ascendieron a 296.828 docenas botellas. En otros términos el mercado extra departamental poseía un peso no despreciable pues representaban un 22.4% del total de colocaciones de la cervecería cochabambina. A partir de 1947 no obstante las exportaciones disminuyeron. Y no recuperarían su anterior nivel hasta principios de los años 70s, en un contexto en el que Santa Cruz mostraba las huellas dinamizadoras de su frontera agrícola en rápida expansión.

ESTRUCTURA PROPIETARIA Y CAPITAL SOCIAL

El aumento de capital a la suma de 250 mil bolivianos en 1937 , mediante la emisión de 1.460 acciones de 100 bolivianos cada una, y otras 1.460 acciones a 400 bolivianos a principios de 1938, elevando nuevamente el capital social esta vez a 420.300 bolivianos, constituyeron el adecuado soporte financiero para la renovación de la Taquiña emprendida en esos años.

La rápida suscripción de estas acciones en el medio local, a mas de prueba de su excelente imagen, modificó parcialmente, al incorporar a nuevos sectores sociales cochabambinos, la estructura societaria de la Empresa. No obstante la Taquiña conservó un fuerte rasgo de empresa familiar, controlada por los fundadores de 1895 y sus descendientes. Así la nomina de accionistas al 30 de junio de 1937, muestra que solo entre los familiares de Guillermo Kunst (235 acciones), José Stark(188), Alfred W. Barber (161), Luis Laredo (53) y Emilio Heitmann (35) sumaban 672 acciones de un paquete accionario de 1.040, expresando un 64,61% del total. Este mismo grupo familiar para junio de 1940, bajó su representación al 44,28% de las 4.500 acciones. Una nueva ampliación societaria esta vez en 1943, redujo aún mas su importancia al 28,72%% de las 13.925 acciones registradas al 31 de diciembre de 1943.

Si se toma en cuenta además , que , en ese mismo lapso , el número de accionistas se incrementó de 77 a 227 vemos que lentamente, saliendo de su núcleo originario, la Taquiña se insertaba gradualmente en una sociedad regional que miraba en ella una buena oportunidad de inversión. Otra prueba en ese mismo sentido es que cuatro bancos, sustancialmente el Mercantil (1636 acciones) y Nacional (266), controlaban el 15,23% del paquete accionario ese mismo año de 1943.

JOSE HAAS PRIMER CERVECERO 1934-1971

Durante 37 largos y fructíferos años José Haas, desempeñó el cargo de primer cervecero de la Taquiña, a mas de ser su accionista. Nacido en Passau, pueblo alemán situado cerca de la frontera austriaca el 13 de mayo de 1899, entró a trabajar en la fábrica el 15 de diciembre de 1934.

Haas combatió como soldado del Imperio Alemán durante la primera Guerra Mundial(1914-1918). Poco tiempo despues de la conclusión de la conflagración bélica, ya formado como técnico cervecero y como otros miles de seres humanos que buscaban, fuera de la devastada Europa, nuevos derroteros y oportunidades viajó a América Latina. Inicialmente, durante 1921, se estableció en Brazil, para luego trasladarse a la Argentina prestando servicios entre 1922 y 1928 en la cervecería "Quilmes", la más conocida e importante de aquel país.



JOSE HAAS JUNTO AL DIRECTORIO, TRABAJADORES DE TAQUIÑA Y SU HIJO WERNER
1939

Atraido por las ofertas de la Cervecería Boliviana Nacional, vino en 1929 a Bolivia, trabajando hasta 1931 en la "paceña" y en su "anexo" Huari (Oruro).

Luego regresó a su natal Alemania, donde permaneció entre 1932 y 1933, perfeccionandose como ingeniero cervecero. A principios de 1934 retornó nuevamente a Bolivia, acompañado por su esposa Teresa Schilleder (1909-1992), originaria también de Passau.

En aquellos momentos, mientras Bolivia libraba una guerra por el Chaco con Paraguay, la Taquiña sacudida por conflictos internos y amenazas externas perdía día a día prestigio y mercado. Técnicamente la Empresa es la misma pequeña fábrica instalada en 1895, y por su obsolecencia, casi una inútil pieza de museo. Para colmo su cervecero Otto Ausberger sufre en septiembre de 1934 un ataque nervioso, que lo llevó a renunciar.

Obligada por las circunstancias, para superar su descrédito, el Directorio pensó en traer nuevamente a Alfredo Kapsch, su cervecero entre 1924 y 1929 quien ahora residía en Chile o, de fracasar esta iniciativa, contratar otro técnico. Haas, que se desempeñaba como segundo cervecero de la Boliviana, se ofreció para ocupar el puesto vacante. La precaria salud de su hija, Hilde, le impele a buscar nuevos aires. Afortunadamente "la clima" ofrece un refugio seguro. La familia Haas opta así por Cochabamba,- región que ya no abandonaría más- estableciéndose en la rinconada de la Taquiña durante el último mes de 1934.

Poco tiempo más tarde, Don José presentó un agresivo plan de modernización de la fábrica, que se ejecutó en lo fundamental en los próximos tres años (1935-1938). Excelente mecánico, además de experto cervecero, instaló por mano propia las nuevas maquinarias, entre ellas una turbina Escher Wyss. El éxito coronó sus propósitos y la Taquiña emprendió un sostenido camino de recuperación. La confianza del público retornó y las ventas se incrementaron sensiblemente.

De allí en adelante, José Hass, nacionalizado boliviano en 1942, se convertirá en una pieza central del cada vez más complejo mecanismo productivo de la fábrica, hasta su retiro, por razones de salud, en 1971. Años después, el 23 de mayo de 1980, muere en Cochabamba, a la edad de ochenta y un años.

4
BALANCE DE MEDIO SIGLO

En 1945, la primera cervecería organizada en suelo cochabambino- y actualmente la más antigua en Bolivia- cumplió medio siglo de existencia. La festividad casi coincidió con la conclusión de la Segunda Guerra Mundial trayendo la apertura, esta vez bajo el signo de la paz, de nuevas inseguridades, producto de los desfaces sociales y económicos de la era postbélica. Los productos importados, cuando estos se conseguían y se disponía oportunamente de divisas para adquirirlos- situación afortunada que no acontecía regularmente-, vieron incrementados sus precios.

¿Cuál era en esos momentos la dimensión de la Empresa en relación a otras firmas que operaban en el mismo ramo en el país?. Datos estadíticos de los años 1940 y 1942, lamentablemente no existen similares para 1945, nos ayudarán a dar una respuesta a esta pregunta.

En 1942 se registraron en Bolivia, tal como consignamos en el cuadroNº 13, doce industrias dedicadas a la elaboración de la cerveza, cuatro en La Paz, dos en Oruro, una, la Taquiña, en Cochabamba y las cinco restantes en Potosí (2), Tarija (1), Sucre (1) y Santa Cruz (1). Unicamente los Departamentos orientales de Beni y Pando no contaban con cervecerías. Los tres primeros nombrados poseian visiblemente mayor importancia, tanto por el volumen de su producción y como del capital comprometido. De ellos La Paz sobresalía claramente aportando con la mayoría aplastante de la producción nacional y del capital social. Datos esta vez de 1940, (ver cuadro 11) nos permiten afirmar que allí correspondía a la Cerveceria Boliviana Nacional (CBN) el mayor peso en ambas dimensiones. En cuanto a Oruro, la Huari,

dependiente de la CBN, ocupaba un lugar central, y por su producción el segundo puesto en el país. Luego, se hallaba la Taquiña a no mucha distancia de la cervecería orureña, pero con un décimo del volumen de producción de la Boliviana Nacional.

CUADRO Nº 13
BOLIVIA: ESTABLECIMIENTOS CERVECEROS
1942

Dpto.	No. Empresas	Empleados	Trabajad.	Producción litros	Capitales Bs.
LA PAZ	4	74	540	13.684.777	69.3122.878
COCHABAMBA	1	25	108	1.181.768	9.103.575
CHUQUISACA	1	3	27	615.300	1549.434
ORURO	2	7	137	2.829.381	17.104.508
POTOSI	2	3	43	220.092	356.899
SANTA CRUZ	1	1	27	11.400	11.807
TARIJA	1	5	19	163.275	1.092.208
TOTAL	**12**	**118**	**901**	**18.705.993**	**98.341.309**

FUENTE: **Industria Fabril y Manufacturera. 1942**. Ministerio de Hacienda. 1943. Ed. Fénix.

BALANCE DE CINCUENTA AÑOS, 1895-1945

A los pies del viejo y erguido Tunari de barba blanca y mirada altiva, atalaya sereno e inalcanzable de la ciudad que pusieron a su cuidado, bajo un cielo siempre azul y reclinada sobre una mole de granito azul-violeta se encuentra nuestra fábrica de la Cervecería Taquiña. Allí la hemos visto desde nuestros primeros recuerdos, habiendo podido seguir diremos casi paso a paso su progresivo ascenso, desde su edificación e instalación primera y promitiva hasta su construcción actual de tipo moderno y su maquinaria transformada y cambiada de acuerdo con el adelanto de la ciencia cervecera. Recordamos todavía su viejo caldero productor de energía, sus bodegas de fermentación y maduración, su maquinaria de producción de hielo, su sección de embotellamiento y pasteurización y comparando con la turbina actual, el motor diesel, la fábrica de hielo, su bodegas con tanques de alumnio, el edificio de la administración, la sección sanitaria, las casas para empleados y obreros, la choza diré del cervecero que de altito de gratos recuerdos , se ha transformado en una residencia confortable. Comparando los escasos metros cuadrados en que se inició la fábrica y la grande extensión que hoy posee con cerca de cuarenta mil eucaliptos plantados hace dos años, vemos que la visión de nuestros fundadores fué amplia, clara y ha sido fecunda, por los veinte y cuatro accionistas de firme convicción y fé, a quienes Cochabamba toda les debe gratitud.

Cochabamba, 24 de septiembre de 1945
Dr. Germán Urquidi Ichazo.
Presidente del Directorio de Taquiña.

5 TRAS UNA MALTERIA

En el segundo semestre de 1947, la Taquiña tomó la determinación de construir una malteria completamente automática y moderna, *"con el fin de poder suprimir totalmente la importación de cebada malteada"*, sujeta a la contingencia de la disponibilidad de divisas reguladas por el Gobierno boliviano y a precios internacionales cambiantes e incontrolables para la Empresa cervecera.[63] Se asumía que esta "sustitución de importanciones", libraría a la empresa de la dependencia y las fluctuaciones del mercado internacional de la malta e incrementaría la demanda local (y nacional) de cebada, fomentando la agricultura y, lo que no era menos importante, ahorrando divisas en un monto equivalente a unos cien mil dólares anuales.

Sería inútil insistir -se dijo desde sus directivos- *en las importantes y lucrativas consecuencias que acareará la nacionalización del malteamiento de la cebada para la economía de nuestro departamento, bastando con indicar la cifra de la cantidad gastada por nuestra empresa en la importación de cebada malteada chilena (....). En lo futuro este dinero se quedará en Cochabamba, beneficiando e incrementando la producción agrícola, sin ser aventurado en predecir que el precio de la cebada llegue a superar el del trigo"*[64]

En 1950 se seleccionó a la firma alemana Deutsch Americanische Handelsgesellschaft de Nuremberg (Alemania) para proveerla por un monto de 34.983 dólares americanos. Lamentablemente las severa escasez de divisas, dejó en suspenso el pedido, pues el Banco Central no pudo suministrar ni siquiera el 50% del precio convenido con la firma extranjera. Tuvo que recurrirse en 1951 a la presión de la Prefectura, la Cámara Departamental de Industria y otras entidades para que el Ministerio de Hacienda otorgara las esperadas divisas. Mientras tanto se emprendía la contrucción, según los planos enviados por la fábrica proveedora de la maltería, de un

[63] **Memoria del Banco Central de Bolivia** 1950.
[64] **Memoria y Balance correspondiente al primer Semestre de 1945**. p 8.

edificio de 24 metros de altura para albergarla. (Esta tomaría aún un tiempo antes de funcionar. Instalada bajo la dirección de José Haas, recien se inauguró en marzo de 1954).

Aunque la maltería tardó en concretarse, las ventas aumentaron. Al revisar las cifras que arrojaban las ventas, el Directorio, presidido esta vez por el Ing.Luis Laredo Q., no podía menos que sentirse satisfecho y abrigar esperanzas de una nueva y pronta expansión.

Apesar del constante aumento de nuestra producción, estámos aún lejos de poder satisfacer el pedido de los consumidores. Desde el año 1931 hasta 1951, o sea en el plazo de 20 años nuestra producción ha aumentado 23 veces y media, sin que sea suficiente, como lo demuestran las constantes solicitudes del público y los numerosos pedidos que tenemos que rechazar. Es pues imprescindible seguir haciendo los mayores esfuerzos posibles para ampliar nuestras instalaciones, cuando menos un 25% sobre su capacidad actual. [65]

Pese a estas previsiones se estaba aproximando otro desenlace, que provendría de un radical cambio en las condiciones externas en las que se insertaba la Taquiña.

En 1950 en todo caso y como se muestra en el cuadro Nº 14 ocupaba el tercer lugar po el volumen de capital entre las ocho fábricas cerveceras existentes en Bolivia.

CUADRO Nº 14
BOLIVIA: CAPITALES EN LA INDUSTRIA CERVECERA 1950
EN BOLIVIANOS

EMPRESA	CAPITAL SOCIAL	DPTO.
BOLIVIANA NACIONAL	259.990.000	LA PAZ
AGUILA BOLIVIANA	13.482.000	LA PAZ
TAQUIÑA	23.000.000	COCHABAMBA
HUARI	35.7583358	ORURO
10 DE NOVIEMBRE	287.878.09	POTOSI
NACIONAL	3.000.000	POTOSI
SUCRE	9.333.722.09	SUCRE
BAVIERA	2.330.962.40	TARIJA

FUENTE: 19ava. **Memoria Camara Nacional de Industrias.**

[65] **19ava. Memoria de la Camara Nacional de Industrias. Gestión 1950**. La Paz, 1950. spi.

EDIFICIO DE LA MALTERIA EN TAQUIÑA
1952

LOS TRANSPORTES
ENTRE BORRICOS Y CAMIONES

Prácticamente por tres décadas, hasta 1926 cuando compró un pequeño camión marca "Graham Brothers", la Taquiña, como el resto de la sociedad regional, usó mulas y caballos para sus transporte tanto desde la fábrica hacia la ciudad como para sus incursiones en los mercados provinciales o de otros departamentos. En Cochabamba se introdujeron los primeros automóviles de 6 caballos de fuerza en 1905 pero en los años 20s., según consigna la prensa local, *"todavía predomina el uso de coches en las ciudades y diligencias, carretones y acémilas en los caminos"*. Con todo el parque automotor creció, por supuesto para las dimensiones de la sociedad cochabambina, y en 1931 se contabilizaron ya 520 vehículos de todo tipo.

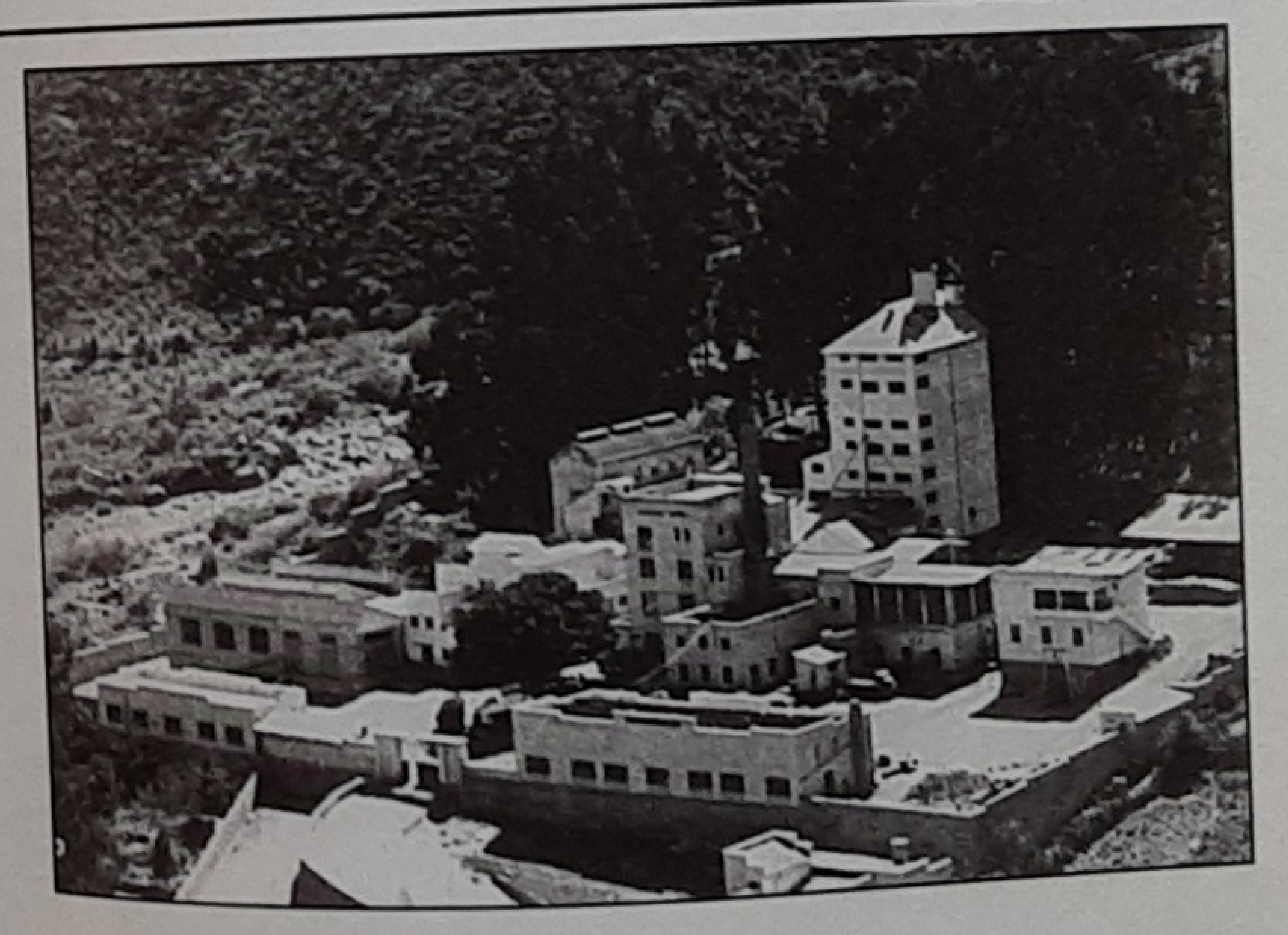
Al principio la Taquiña tenía sus propios burros y mulas, pero más tarde optó por contratar arrieros independientes para estos menesteres. La mulas se adquirían en la gran feria de Huari (Oruro), siendo las mejores y más renombradas las traidas del norte argentino (Córdoba) en un circuito comercial conformado ya en los albores de la actividad minera potosina a mediados del siglo XVI. Luego en 1926 compró, como señalamos , un camión a la firma de Alfred W. Barber a fin de remplazarlos. La crisis financiera que soportó la Empresa entre 1928 y 1935, la obligó no obstante a buscar otros medios. En mayo de 1929 vendió su camión pues *"demanda más erogaciones que los beneficios que reporta"*, continuando el reparto de cerveza en carretas y borricos, propios o de "fleteros". Mas tarde, (1936) aceptó la propuesta de su primer cervecero, José Haas, de hacerse cargo del transporte con sus propios vehículos. El sistema funció por varios años pero en 1948, cuando ya se ventilaban vientos de recuperación para la actividad cervecera compró dos camiones Mack de 4 toneladas cada uno.



PUBLICIDAD DE PRIMER CAMION DE CERVECERIA TAQUIÑA. 1926

Capítulo Tercero
NAVEGANDO EN MEDIO DE TRANSFORMACIONES SOCIALES 1952-1971

Hasta aquí, en los dos capítulos anteriores, hemos mostrado como una pequeña cervecería, de base casi artesanal, se va transformado, en medio de vicisitudes, en una empresa industrial. Esta parte del trabajo está dedicada a analizar el comportamiento económico y productivo de la Taquiña en años de significativas mutaciones en la estructura socio-económica boliviana y también cochabambina.



CERVECERIA TAQUIÑA S.A. (1970)

1
ESTATISMO E INDUSTRIA CERVECERA 1952-1964

Una vez finalizada la guerra que enfrentó entre 1932- 1935 a bolivianos y paraguayos en los áridos campos del Chaco, nuevos vientos políticos empezaron a flotar en el país. El liberalismo económico y social que presidió la formación del Estado boliviano desde la conclusión del siglo XIX, vió debilitada su fuerza impulsora. En su remplazo nuevas ideologías, originadas desde el campo del nacionalismo y el marxismo, empezaron a inundar el campo de acción de la política nacional.

En ese contexto, los sucesivos gobiernos bolivianos que se turnaron en el poder, principalmente los militares reformistas como Germán Busch y Gualberto Villarroel (1943-1946), tomaron gradualmente posiciones en pro de la regulación de la actividad productiva; sea como fruto de su íntima convicción doctrinal u obligados por las circunstancias en una economía sometida a presiones externas en medio de frecuentes crisis. O ambas cosas. Los obreros fabriles, a su turno, empezaron a organizarse inicialmente en sindicatos y luego en 1947 en una Confederación Sindical a nivel nacional, a fin de contar con mejores instrumentos de presión para sus demandas laborales y sociales. En la Taquiña- signo de los nuevos tiempos- el Sindicato se conformó el 19 de junio de 1946 a la cabeza de Ricardo Aliaga.

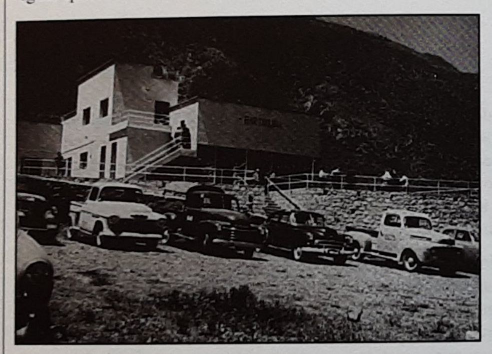
Dos encuadramientos- Estado y sindicato- que habrían de acompañar desde entonces a la Taquiña a lo largo de décadas y que se revelarían con contornos más nítidos entre 1952 y 1964.

Estos tendrían mayor incidencia posteriormente a abril de 1952, cuando como es suficientemente conocido, una revuelta social abrió en Bolivia campo a sendos cambios en la orientación de la sociedad y el Estado de Bolivia,buscando desmontar el andamiaje liberal, hacendal y minero, tejido en múltiples confrontaciones al filo del siglo XIX.

Aunque el populismo boliviano en el poder proclamó, como otros similares en el continente, el peronismo argentino por ejemplo, su propósito de industrializar el país; el

nudo real de su política económica y social se centró mas bien en propiciar densas modificaciones en las estructuras agrarias y el ordenamiento del espacio económico boliviano. La Reforma Agraria (1953), con la parcelización de la tierra y el fortalecimiento de la agricultura extensiva, mediante empresas capitalistas y agrupaciones de colonizadores, en el hasta entonces aislado oriente boliviano, dotó de una característica inédita al país. Santa Cruz, que a la par que Cochabamba había sufrido el destierro del liberalismo y al igual que la harina valluna había visto perecer a su azúcar, recibió en compensación un significativo impulso estatal que la puso en el camino de su despegue y modernización.

Por su parte, el Estado, asentado sobre una amplia gama de empresas nacionalizadas, adquirió fuertes y mayores prerrogativas en la regulación de la economía, mientras los sectores populares, organizados en la Central Obrera Boliviana, fundada el 17 de abril de 1952, lleñaban con su presencia decisoria la escena política nacional, por lo menos hasta la derrota de la izquierda boliviana y la apertura a la Nueva Política Económica (NPE) de 1985.



BAR TAQUIÑA. 1956

Para Cochabamba en particular, la denominada Revolución Nacional, trajo consigo la fragmentación, esta vez por la fuerza, de sus haciendas con la consiguiente organización alrededor de la ciudad-capital, por entonces, según el censo de 1950, de 74. 819 habitantes, de amplios contingentes de pequeños campesinos parcelarios. Estos en propiedad habían comenzado a vislumbrarse ya al finalizar el siglo XIX concomitantemente a la fragmentación de las haciendas, fruto de la crisis generalizada de la agricultura local, ganando poco a poco terreno en el escenario local. No obstante nunca antes habían alcanzado una presencia económica y un poder semejantes, reorganizando y reorientando la agricultura cochabambina, participando en nuevas ferias y, luego de algunos años, ampliando su participación en el mercado de bienes y servicios en una escala nunca antes conocida.

Ahora bien, el primer cuatrienio de la denominada "Revolución Nacional", (1952-1956), se caracterizó por la inestabilidad emanada de la hiperinflación y los persistentes conflictos laborales, incremento de impuestos como de las materias primas. Se produjo como corolario una elevación de los costos que afectó de sobremanera a los sectores industriales, ya estrechados por lo demás por un riguroso control de las divisas oficiales, que bloqueaba a menudo su aprovisionamiento del exterior de materias primas y maquinarias.

En ese contexto, la Taquiña, cuyo sistema de fábrica se mantuvo en esos agitados años - quizá por el temor que infundia la hiperinflacion y los permanentes conflictos obreros[66] -sin encarar mayores reformas que aumentaran su productividad, vivió una situación de caida de ventas. En 1955, por ejemplo, se estimó que estas llegaban a una tercera parte de su promedio en los últimos años. A tal extremo difícil arribó la situación que, tal como se consigna en la memoria aprobada por la Junta General de Accionistas del 30 de junio de ese año :

"en muchos casos, no han alcanzado nuestros ingresos para atender las necesidades más urgentes como el pago de planillas de sueldos y jornales" .[67]

Las causas de tal desface, que afectó igualmente a otras cervecerías en los diversos departamentos registrándose una disminución de la producción nacional de 28, 9 millones de litros en 1953 a 21,9 millones en 1955,[68] se atribuyeron localmente al incremento en el precio de la cerveza, resultado del aumento en los costos de producción y los impuestos. Para muestra convincente de este fenómeno consignemos que mientras en junio de 1955[68] esta se cotizaba en fábrica a Bs. 200 la botella, un año mas tarde se vendía a 389 Bs.

¿Las razones?. La principal materia prima : la cebada aumentó su valor, elevaciones en los artículos importados, resultado de la persistente devaluación de la moneda boliviana, nuevos pesos impositivos nacionales, departamentales y municipales y, finalmente, cargas sociales y salariales que los obreros, amparados por el Gobierno, lograron arrancar a sus empleadores.

No olvidemos que la Taquiña, desde su nacimiento, enfrentaba la severa competencia de la chicha, que elaborada en condiciones precarias por unidades familiares campesino-artesanales que se autoempleaban y enfrentaban menores impuestos en su contra, sufría por tanto en mucho menor grado los rigores de la hiperinflación y la urgencia de asegurarse adecuados niveles de rentabilidad. Una botella del licor de maíz vendría a costar en 1955 o 1956 la mitad que la fermentada desde la cebada. En tal virtud la situación competencia para la industrial y capitalista Taquiña, como en otras oportunidades, devenía para ella desastroza y desfavorable.

Luis Laredo Q., Presidente del Directorio, en julio de 1956 ilustra la situación de la siguiente manera:

Desgraciadamente el encarecimiento constante de nuestra cerveza ha determinado una considerable disminución en las ventas sobre todo en el departamento de Cochabamba, donde la principal competencia para nuestro producto representa la chicha, bebida popular de precio muy inferior porque no tiene que soportar los recargados impuestos con los que nuestra industria contribuye a los gastos de la Nación, y mucho menos las contribuciones cuantiosas a la Caja Nacional de Seguro Social, que representa para nosotros muchos millones de dólares.[69]

El contrapunto no se resolvió de inmediato -ni se ha resuelto aún- de modo que a fines de 1956 una estadística nada sorprendente estableció que en la

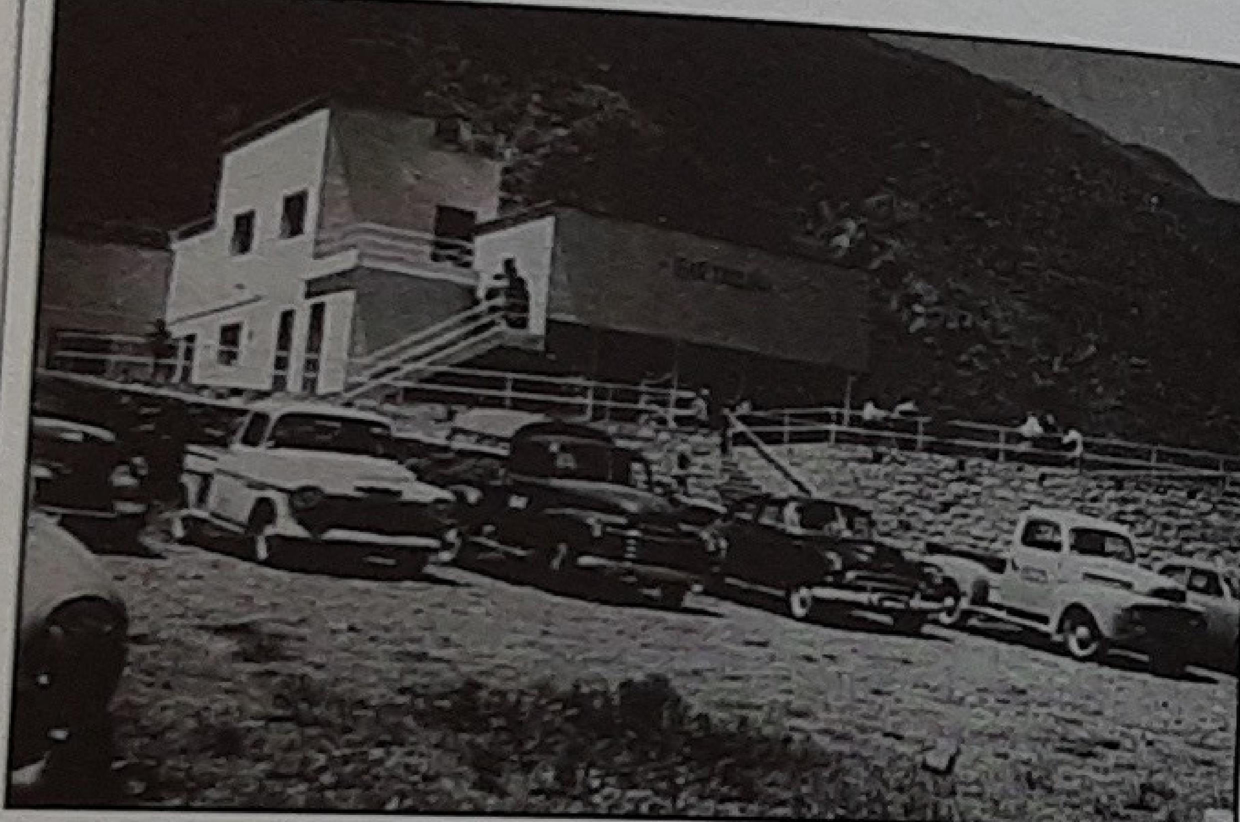
66 **Memoria y Balance** correspondiente al Segundo Semestre de 1947 p. 21

67 **Memoria y Balance** correspondiente al Segundo Semestre de 1950 p. 28

68 **Menoria** del segundo semestre de 1951. p. 28

69 ver Gustavo Rodriguez Ostria. "El MNR y la Burguesia Industrial, 1952-1956": en **Historia Boliviana**. Cochabamba, 1982

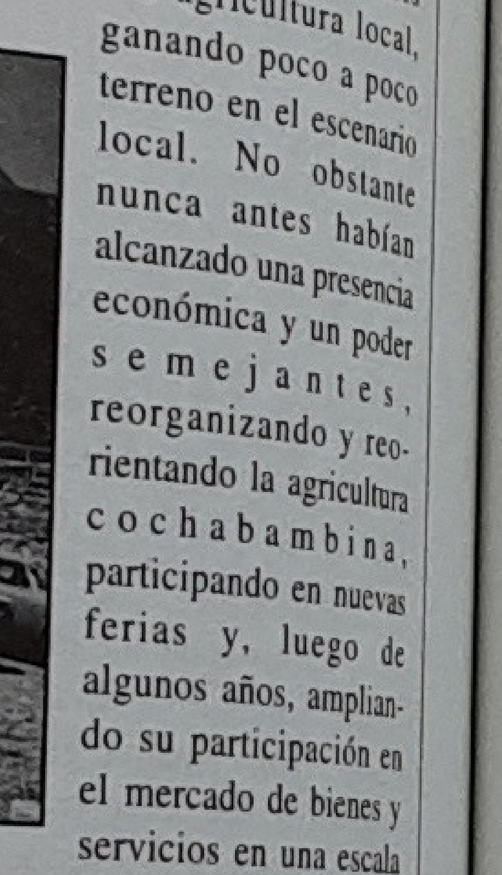
nudo real de su política económica y social se centró mas bien en propiciar densas modificaciones en las estructuras agrarias y el ordenamiento del espacio económico boliviano. La Reforma Agraria (1953), con la parcelización de la tierra y el fortalecimiento de la agricultura extensiva, mediante empresas capitalistas y agrupaciones de colonizadores, en el hasta entonces aislado oriente boliviano, dotó de una característica inédita al país. Santa Cruz, que a la par que Cochabamba había sufrido el destierro del liberalismo y al igual que la harina valluna había visto perecer a su azúcar, recibió en compensación un significativo impulso estatal que la puso en el camino de su despegue y modernización.



BAR TAQUIÑA. 1956

Por su parte, el Estado, asentado sobre una amplia gama de empresas nacionalizadas, adquirió fuertes y mayores prerrogativas en la regulación de la economía, mientras los sectores populares, organizados en la Central Obrera Boliviana, fundada el 17 de abril de 1952, lleñaban con su presencia decisoria la escena política nacional, por lo menos hasta la derrota de la izquierda boliviana y la apertura a la Nueva Política Económica (NPE) de 1985.

Para Cochabamba en particular, la denominada Revolución Nacional, trajo consigo la fragmentación, esta vez por la fuerza, de sus haciendas con la consiguiente organización alrededor de la ciudad-capital, por entonces, según el censo de 1950, de 74. 819 habitantes, de amplios contingentes de pequeños campesinos parcelarios. Estos en propiedad habían comenzado a vislumbrarse ya al finalizar el siglo XIX concomitantemente a la fragmentación de las haciendas, fruto de la crisis generalizada de la agricultura local,



ganando poco a poco terreno en el escenario local. No obstante nunca antes habían alcanzado una presencia económica y un poder semejantes, reorganizando y reorientando la agricultura cochabambina, participando en nuevas ferias y, luego de algunos años, ampliando su participación en el mercado de bienes y servicios en una escala nunca antes conocida.

Ahora bien, el primer cuatrienio de la denominada "Revolución Nacional", (1952-1956), se caracterizó por la inestabilidad emanada de la hiperinflación y los persistentes conflictos laborales, incremento de impuestos como de las materias primas. Se produjo como corolario una elevación de los costos que afectó de sobremanera a los sectores industriales, ya estrechados por lo demás por un riguroso control de las divisas oficiales, que bloqueaba a menudo su aprovisionamiento del exterior de materias primas y maquinarias.

En ese contexto, la Taquiña, cuyo sistema de fábrica se mantuvo en esos agitados años - quizá por el temor que infundia la hiperinflacion y los permanentes conflictos obreros[66] -sin encarar mayores reformas que aumentaran su productividad, vivió una situación de caida de ventas. En 1955, por ejemplo, se estimó que estas llegaban a una tercera parte de su promedio en los últimos años. A tal extremo difícil arribó la situación que, tal como se consigna en la memoria aprobada por la Junta General de Accionistas del 30 de junio de ese año :

"en muchos casos, no han alcanzado nuestros ingresos para atender las necesidades más urgentes como el pago de planillas de sueldos y jornales".[67]

Las causas de tal desface, que afectó igualmente a otras cervecerías en los diversos departamentos registrándose una disminución de la producción nacional de 28, 9 millones de litros en 1953 a 21,9 millones en 1955,[68] se atribuyeron localmente al incremento en el precio de la cerveza, resultado del aumento en los costos de producción y los impuestos. Para muestra convincente de este fenómeno consignemos que mientras en junio de 1955[68] esta se cotizaba en fábrica a Bs. 200 la botella, un año mas tarde se vendía a 389 Bs.

¿Las razones?. La principal materia prima : la cebada aumentó su valor, elevaciones en los artículos importados, resultado de la persistente devaluación de la moneda boliviana, nuevos pesos impositivos nacionales, departamentales y municipales y, finalmente, cargas sociales y salariales que los obreros, amparados por el Gobierno, lograron arrancar a sus empleadores.

No olvidemos que la Taquiña, desde su nacimiento, enfrentaba la severa competencia de la chicha, que elaborada en condiciones precarias por unidades familiares campesino-artesanales que se autoempleaban y enfrentaban menores impuestos en su contra, sufría por tanto en mucho menor grado los rigores de la hiperinflación y la urgencia de asegurarse adecuados niveles de rentabilidad. Una botella del licor de maíz vendría a costar en 1955 o 1956 la mitad que la fermentada desde la cebada. En tal virtud la situación competencia para la industrial y capitalista Taquiña, como en otras oportunidades, devenía para ella desastroza y desfavorable.

Luis Laredo Q., Presidente del Directorio, en julio de 1956 ilustra la situación de la siguiente manera:

Desgraciadamente el encarecimiento constante de nuestra cerveza ha determinado una considerable disminución en las ventas sobre todo en el departamento de Cochabamba, donde la principal competencia para nuestro producto representa la chicha, bebida popular de precio muy inferior porque no tiene que soportar los recargados impuestos con los que nuestra industria contribuye a los gastos de la Nación, y mucho menos las contribuciones cuantiosas a la Caja Nacional de Seguro Social, que representa para nosotros muchos millones de dólares.[69]

El contrapunto no se resolvió de inmediato -ni se ha resuelto aún- de modo que a fines de 1956 una estadística nada sorprendente estableció que en la

[66] **Memoria y Balance** correspondiente al Segundo Semestre de 1947 p. 21

[67] **Memoria y Balance** correspondiente al Segundo Semestre de 1950 p. 28

[68] **Memoria** del segundo semestre de 1951. p. 28

[69] ver Gustavo Rodriguez Ostria. "El MNR y la Burguesia Industrial, 1952-1956": en **Historia Boliviana**. Cochabamba, 1982

ciudad de Cochabamba se consumía cuatro veces mas chicha que cerveza. Si esto era así en pleno centro urbano puede presumirse fehacientememente una diferencia mucho mayor en zonas rurales.

El plan Eder, denominado así por su mentalizador un economista norteamericano de nombre Jackson, buscó a inicios del mandato presidencial de Hernán Siles Zuazo (1956-1960), quebrar las bases de la hiperinflación, estabilizando la moneda nacional y abriendo puertas para un retorno a las prácticas de libre mercado. La política de ajuste, si bien tuvo éxito en detener la espiral inflacionaria, contrajo gravemente el mercado, puesto que en los hechos redujo los ingresos reales de amplios sectores poblacionales.

No obstante las señales de que la "Revolución Nacional" perdía su efecto de masas e ingresaba paulatinamente en una situación de orden institucional hizo que los miembros de la Taquiña, a la par de otros sectores productivos, se sintieran mas alentados a realizar nuevas inversiones *"antes muy desairadas, por ser más aprovechables y factibles las especulaciones"*.[70]

La recuperación no obstante no fue brusca ni rápida. En el caso particular de la cervecería cochabambina, aún a fines de 1958, a casi dos años de iniciado el plan de "Estabilización Monetaria", el Presidente de su Directorio, Dr. German Michel, afirmaba:

> *Las perspectivas no son nada alentadoras, pues subsiste la contracción del mercado por falta de circulante, lo que reduce las posibilidades de aumentar ventas. Por otra parte, las industrias con sus ingresos disminuidos y, muchas de ellas con numeroso personal innecesario que gana sueldos y salarios improductivos, tiene que hacer frente a las exigencias de los sindicatos, que (...) imponen su criterio.*[71]

A su juicio tres factores, asociados íntimamente al comportamiento recesivo de la economía boliviana impuesto por la política de ajuste estructural, erosionaban el desarrollo sostenido de la Empresa:

a) La falta de circulante en el público consumidor y la exigua capacidad financiera de los bancos locales y nacionales.

b) Los altos impuestos a la actividad cervecera, en contraposición a la de otras bebidas, como la chicha ; la cual ganaba nuevamente espacio.

c) Incrementos salariales, pese a disposiciones gubernamentales que los "congelaban".[72]

[70] **Memoria y Balance** correspondiente al Primer Semestre de 1955 p. 8
[71] Ministerio de Hacienda y Estadística. **Anuario Industrial 1950-1957.**
[72] **Memoria y Balance** correspondientes al año de 1956. p.10

2 ¿UNA MODERNIZACION FRUSTRADA?

Sea como fuere, no puede negarse en cambio que la contracción tuvo efectos negativos tanto en la industria en general como en la Taquiña en particular. En ésta sus ventas cayeron tanto, al punto que en octubre de 1957, un mes de temporada alta, fueron las más bajas en la última década.

Se imponía un fuerte cambio de timón, un sacudón que permitiera la "tonificación económica" de la Empresa. Se pensó que aumentando la producción y ampliando el mercado de ventas sobre todo fuera de Cochabamba podría superarse el impasse. Por otro lado, por primera vez en su historia, dentro el derrotero trazado por ese mismo plan, la Taquiña iría a meterse de lleno, en un intento de diversificar su radio de acción, en la elaboración de otra bebida distinta a la Cerveza: la gaseosa.[73]

Con este objetivo en mente entre 1958 y 1959, se adquirieron:

a) Un grupo Diesel-Eléctrico, para disponer de energía eléctrica para todas las necesidades de la fábrica, constituyendo además una garantía frente al evidente desgaste del antiguo equipo instalado en 1938.

b) Una máquina lavadora de botellas encargada a la firma Holstein y Kappert, permitiendo un considerable ahorro en la rotura de botellas.

c) Un equipo para la recuperación del gas carbónico, como paso a la diversificación industrial.

d) Un equipo para fabricar bebidas gaseosas, otro eslabón en pos de la ampliación del abanico productivo.

e) Una máquina pasteurizadora con capacidad de cinco mil botellas hora, con el consiguiente ahorro en jornales y rotura de botellas.

[73] **Memoria y Balance** correspondiente al Segundo Semestre de 1956. p.16

El valor de estas compras sobrepasó los 130 mil dólares; esto es tres veces el capital social de la Empresa. Monto desembolsado sin recurrir a créditos y nuevos aportes de los accionistas lo que revela nídidamente la magnitud del esfuerzo realizado por la Empresa para ejecutar, mediante la reinversión de sus utilidades, su modernización tecnológica y diversificación productiva.

En corto plazo sin embargo estas transformaciones, a diferencia de lo acaecido en 1938, cuando se hizo una transformación de similar magnitud, no alcanzaron, al parecer, a sacar de inmediato a la fábrica de su postración. Un nuevo gerente, el Ingeniero Eudoro Galindo Quiroga, reemplazante de Eduardo Sanjinés arguyó en 1962 que esta situación era el resultado contingente de que:

a). La modernización de la planta implicó una fuerte inversión. Con su nueva maquinaria la Empresa quedó en condiciones de producir 236.750 docenas de botellas semestralmente. No obstante el mercado no se expandió al ritmo necesario, elaborandose apenas 104.000 botellas cada semestre- volumen de ventas casi similar al evidenciado dos décadas atrás-, aumentando en consecuencia los costos fijos por unidad(botella).

b). La malteadora, inaugurada en 1954, quedó sobredimensionada en relación a las oferta de cebada, trabajando por ello en "forma restringida".

c). El elevado número de trabajadores gravitaba "enormemente" sobre los gastos.[74]

La nueva administración impuso un periodo de austeridad restringiendo gastos, pagando las deudas pendientes, luego de lo cual decidió inicialmente llevar a cabo mejoras en el sistema de producción y posteriormente una ampliación de la capacidad instalada. Para 1969, como puede verse a continuación en el cuadro Nº 15 las ventas, en los tres tipos que se producían Pilsener Bier, Pilsener Export Bier y Extracto de malta lograron ascender a 486.608 docenas, frente a 223.215 registradas en 1962, constituyendo un nuevo record en la vida de la Taquiña. Como había sucedido desde la misma creación de la Taquiña la mayor parte se comercializaba en la ciudad de Cochabamba y sus alrededores. En 1968 por ejemplo así sucedio con un destacable 84% del consumo departamental de cerveza Taquiña. El restante 16% fue hacia las provincias y seguramente en ellas mucho más hacia las capitales que a las comarcas netamente campesinas; las cuales, por tradición y precio, preferían beber chicha.

Las sucesivas modificaciones permitieron no obstante aumentar la capacidad de la Fabrica de 30 mil hectrolitos anuales en 1962 a 67 mil en 1969, basándose estrictamente en la reinversión de utilidades. Ese mismo año se decidió pasar a los 100 mil hectolitros con una inversión de 1.422.900 dólares. Programa que concluyó tres años más adelante.

CUADRO Nº 15
TAQUIÑA: VENTAS DE CERVEZA
1962-1971
EN DOCENAS DE BOTELLAS

1962	223.215
1963	234.252
1965	236.776
1966	303.503
1967	320.101
1968	386.205
1969	475.400
1970	687.500
1971	701.703

Fuente: Elaboración propia en base a documentos del Archivo Taquiña.



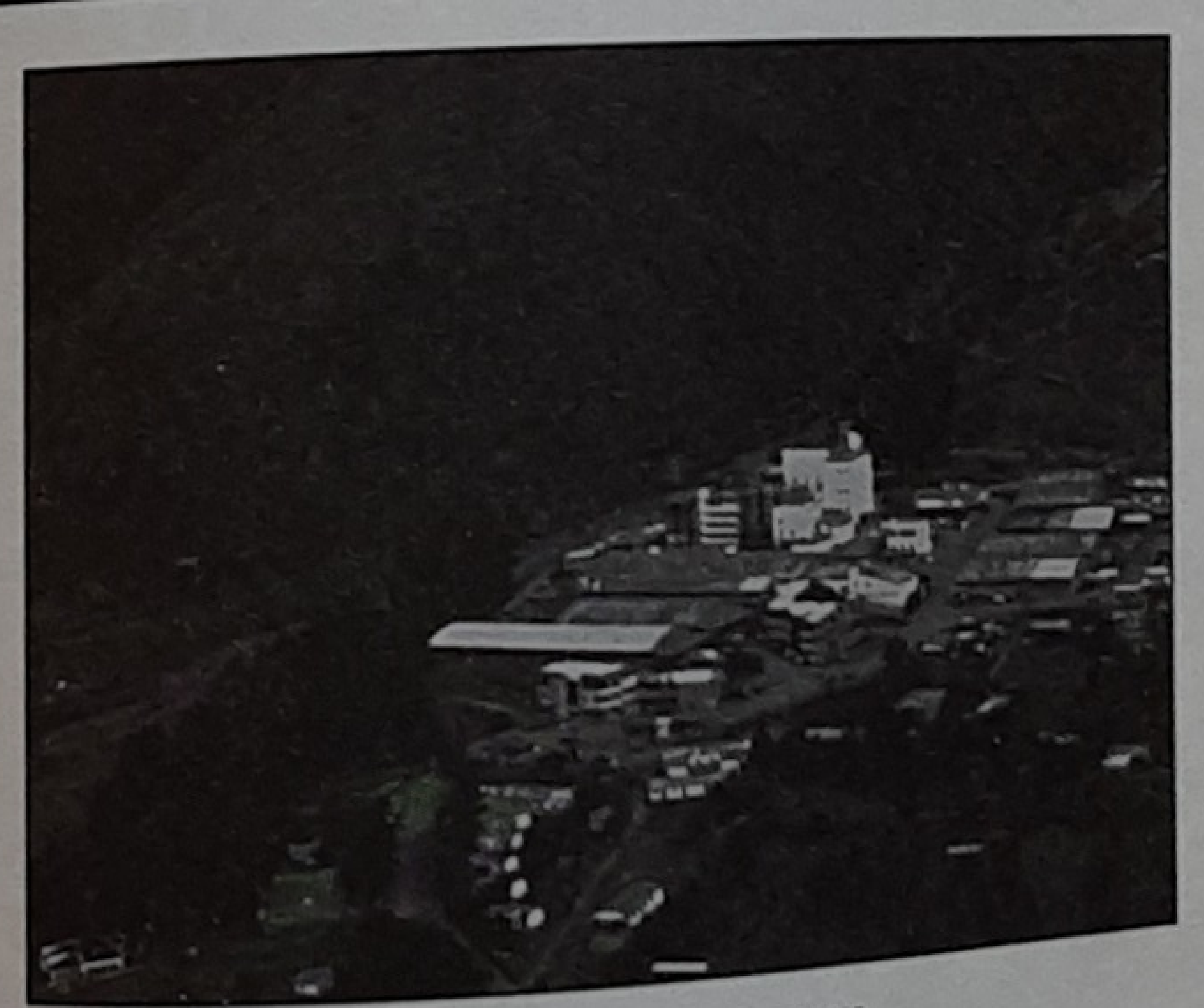
DIRECTORIO 1970
CERVECERIA TAQUIÑA S.A.
PRESIDIDO POR LA SEÑORA YOLANDA ETEROVIC DE RIVERA

[74] Memoria y Balance correspondiente al Segundo Semestre de 1958, p. 15.

Capítulo Cuarto

DE INDUSTRIA LOCAL A EMPRESA NACIONAL 1972-1995 [75]

Descubrir las últimas poco más de dos décadas de la existencia de la Taquiña, pertenece como objeto de análisis tanto a la economía, que analiza el mediano y corto plazo, como a la historia, que discurre el largo plazo ; pues muchos de sus fructíferos procesos todavía están desenvolviéndose, aunque otros ya dieron resultados finales. Estos años constituyen todavía una ventana abierta, aunque una cosa es sin embargo incontrastable: en ellos la Taquiña conoció la mayor transformación y modernización de su centenaria existencia.



CERVECERIA TAQUIÑA S.A 1995

[75] En esta parte sigo las líneas trazadas en el trabajo del Ernesto Daza Rivero. " **Taquiña. Pilar Fundamental de la Industria de Cochabamba**", en "Libro Comemorativo del Cincuentenario de la Cámara de Industrias -Cochabamba 1938-1988". Cochabamba, 1988, s.p.i. 00-143-150

1
TRASFORMACION TECNOLOGICA Y PRODUCCION

En 1971 concluye en Bolivia con la quiebra del proyecto del reformismo militar y la apertura de otro ciclo, también castrense, pero de rasgos autoritarios que se prolongará hasta octubre de 1982. Años de inestabilidad políca y económica, reflejo de la pérdida de legitimidad, eficacia política y conducción del modelo estatista y de masas en la calle instaurado en 1952, que abren paulatinamente las compuertas para su reemplazo por otro modelo de acumulación, esta vez asentado en la apelación a la libre empresa, el libre mercado, pero también la economía informal.

En esos años Cochabamba, por su parte, conserva todavía los rasgos fuertemente mercantilizados que incluso se han acrecentado desde 1952, de una plaza de servicios y una agricultura cerealera que la marcan desde siglos atrás, aunque comienzan a vislumbrarse en su panoraba productivo los multifacéticos y en continuo crecimiento mundos de pequeños artesanos y disputándose espacios con un parque industrial, mejor instalado que décadas atrás, pero todavía insuficiente cuantitativamente para dinamizar bajo su hégida a la región. En ella, por otro lado, las tendencias a la migración por la fragmentación de las tierras campesinas y la ausencia de oportunidades laborales en los centros urbanos, coinciden con la ampliación de la frontera agrícola trasladándola, en una escala insospechada hacia los bosques húmedos del Chapare, cumpliendo, aunque con fines vedados, un antiguo ideario local.

En resumidas cuentas, Cochabamba a tiempo que conserva su vocación histórica sellada en el pacto colonial, exhibe en esos años una dinámica que, al cambiar su configuración económica y social, abre oportunidades para la expansión de las actividades ubicadas en su seno.

Pero vayamos por partes en lo que hace específicamente a la Taquiña.

Hasta inicios de los años 70s. la Taquiña se había desenvuelto, salvo por esporádicas incursiones ya narradas, dentro el ámbito local en tanto industria cervecera. En 1972, un nuevo liderazgo se hace cargo de la conducción de la Empresa, encabezado por el Ing. Ernesto Asbún Gazaui que asume desde entonces la Presidencia del Directorio. Este se traza como sus tres objetivos nodales:

a) la conquista de nuevos mercados

b) la modernización tecnológica de la fábrica

c) su integración vertical.

No se trata por supuesto de canales diferentes sino de aspectos incontrastables del mismo ideario que sobreponen en el tiempo formando parte del proyecto más ambicioso que la Taquiña había emprendido hasta entonces. No obstante por razones expositivas nosotros vamos a abordarlos por separado.

Las ampliaciones programadas en 1972 sumaron hasta 1975 una inversión de tres millones y medio de dólares americanos. Para financiarlas parcialmente se contrajo dos créditos, por valor de 650 mil dólares.[76]

En 1973 entró en funcionamiento un nuevo Cocimiento, organizado dentro los cánones de una moderna tecnología. En febrero de 1975 empezó a funcionar una línea automática de embotellamiento con capacidad de hasta 21 mil botellas - hora, máquinaria que remplazó a la antigua que llenaba únicamente 3.500 botellas hora. En 1975, finalmente, quedó concluida una nueva planta de Maduración.[º] Ese mismo año la Taquiña contaba con 48 empleados y 119 obreros.

En los 80s, aunque el fenómeno se hizo mucho más patente tras la transformación de las sociedades del llamado "socialismo realmente existente" del Este Europeo - simbolizada en la caida del "Muro de Berlín" en diciembre de 1989-, la economía mundial ingresó incontenible mente a un sistema globalizado. En consecuencia las industrias de cualquier área ya no pueden quedar pasivas contemplando y regocijándose del volumen de sus plazas cautivas locales pues los mercados nacionales- base anteriormente de muchas economías, entre ellas la boliviana - se ven ahora cruzados por amenazas y oportunidades que emergen de todos lados.

Comprendiendo a cabalidad las repercusiones de este nuevo contexto en la Taquiña, en los primeros años de los 90s. se dieron, bajo la gestión del Ing. Ernesto Asbún, sendos y oportunos pasos para ampliar la capacidad tecnológica y productiva de la Empresa. Entre ellos destacan la nueva línea de embotellamiento, que sumada a la instalada en 1975, permite procesar 50 mil botellas por hora. Además seis tanques gigantes con una capacidad de almacenamiento de 3.600 hectolitros cada uno (equivalentes cada uno a 22 de los tanques de la ampliación de 1972), dos etiquetadoras; un moderno sistema de control de la calidad e inspección de cajas de botellas y cajas con producto.[78]

Impulso decisivo que posibilita a la Taquiña contar actualmente con una planta con capacidad instalada de 350 mil hectolitros anuales y una producción estimada de 50 millones de botellas por año (se está ejecutando actualmente una nueva ampliación para elevar la capacidad instalada a un millón de hectolitros).

[76] **Memoria y Balance correspondiente al año de 1973**. p. 12

[77] **Cervecería Taquiña S.A. 1895-1975.** Ochenta Años de Servicio. pp.10-11.

[78] **Guia de la Industria de Cochabamba**. Datos Estadísticos. 1975.

2 CAPTURANDO NUEVOS MERCADOS

En el cuadro N° 16 consignamos más adelante el porcentaje de las ventas por mercados entre 1966 y 1972 , agrupándolos en dos categorías: Cochabamba y otros (Santa Cruz, las minas, Tarija y Sucre). Puede fácilmente observarse que la parte notable de ellas se ejecuta en Cochabamba. Incluso un cotejo de cifras, que lamentablemente no disponemos, nos revelaría que la cerveza era un fenómeno por excelencia citadino. Rasgo que no era precisamente sólo característico de esos años, sino que se arrastraba, salvo por momentos particulares a principios de este siglo, desde el mismo nacimiento de la Taquiña.

Para 1975, cuando Taquiña celebraba sus ochenta años de existencia, podía congratularse que sus metas se cumplieron casi totalmente. El mismo cuadro N° 16, deja en claro el cambio en la estructura de las ventas de cerveza cochabambina entre 1972 y 1975. Este último año un nada despreciable 23, 47% -prácticamente una de cada cuatro botellas- se comercializan fuera de los límites departamentales, contra un 5.5% en 1966. Lo notable de ésta situación es que no deviene de una mera recomposición del porcentaje total por efecto de una caida en las ventas locales, sino de un real incremento de la aceptación de la Taquiña en otras regiones bolivianas. Un análisis estadistico, hecho posteriormente para el quinquenio 1986-1991 corroborará esta tendencia. La ventas, tanto en cantidades como en porcentajes, confirman el antiguo predominio de la Taquiña en el Departamento, pero ellas no expresan señales de un sustantivo incremento. Este ocurre mas bien en otros departamentos que son en rigor los que jalan las ventas de la Empresa.[79]

El epicentro de esta nueva demanda fue Santa Cruz. Prácticamente desde el momento de su primera fundación (1893), según establecimos a partir de la correspondencia de la Casa Torres y Hno., la Taquiña exportó su cerveza a este departamento. Esta se cortó a fines de los años 10s. aunque a lo largo de las décadas

[79] Cervecería Taquiña S.A. **Memoria y Balance General**. 1990-1991. p.7

CUADRO Nº 16
TAQUIÑA
DISTRIBUCION GEOGRAFICA DE VENTAS (%)
1985-1988

AÑO	COCHABAMBA	OTROS
1966	94.50	5.50
1967	89.50	10.50
1968	80.79	19.21
1972	90.57	9.43
1973	84.90	15.10
1974	81.79	18.21
1975	76.53	23.47

FUENTE: Memorias e Informe del Directori.o. Taquiña S.A. 1966-1975

posteriores existieron mucho intentos de reintroducirla en competencia con la Cerveceria Boliviana Nacional, que no fructificaron en la dimensión que los directivos de la Taquiña hubieran deseado. Con todo su exportación no era de ninguna manera escasa pues en 1972, fueron a parar a Santa Cruz 41.171 docenas de botellas. Volúmen que subió a 92.876 docenas al proximo año, practicamente duplicándose nuevamente en 1974 y trepando, con un salto enorme, nada menos que a 454.188 docenas para 1975. Para evaluar su significación conviene reparar que ese mismo año las ventas totales de la Empresa ascendieron a 1.935.185 docenas de botellas. En otros términos el mercado cruceño representó ese año un destacadísimo 23,47% del total de ventas de la cervecería cochabambina. Importancia que aún aumentó pues al filo de la década la Taquiña tenía en las tierras orientales un mercado equivalente a un millón de botellas mensuales (Un millón de docenas anuales).

La magnitud de estas cifras, acompañadas de movimientos similares producidos desde la Cervecería Boliviana Nacional con sede en la ciudad de La Paz, revelan claramente que, a diferencia del siglo pasado y gran parte del presente se habia configurado un mercado cervecero de dimenciones nacionales; las fábricas no se conformaban más con su mercado inmediato procurando apoderarse de otras regiones, compitiendo con marcas rivales.

En el caso de la Taquiña su éxito competitivo se explica tanto por la adecuada estrategia de marketing de la Taquiña, la calidad de su producto, pero también por los sustanciales cambios demográficos, económicos y sociales que experimentaba Santa Cruz, que ampliaron la demanda para todo tipo de mercancías. En 1893, cuando la Taquiña, salvando los fangosos y peligrosos caminos, ya llegaba a Santa Cruz en pequeña escala, este departamento se debatía en una crisis similar emergente de la pérdida del mercado para su azúcar en los mercados del centro y sur del país. Al igual que Cochabamba, Santa Cruz luchó en los 20s. de este siglo vanamente por reincorporarse a la esfera nacional, via un ferrocarril que lo uniera con las tierras del valle y por su intermedio con el altiplano. No pudo lograrlo, aunque desde 1956 quedó unida con ellas por una carretera pavimentada de casi 500 kilómetros, la más larga en Bolivia. (Es claro, por otra parte, que sin su existencia se hubieran dificultado las exportaciones regionales de cerveza Taquiña).

La carretera y las políticas gubernamentales, las importantes regalías petroleras y un dinámico sector empresarial convirtieron en dos décadas- con una intensidad mayor en los primeros años de los 70s.- a este postergado y aislado departamento en la sede de la economía regional de más rápida y consistente expansión en el país. Se amplió su frontera ganadera y agrícola con los cultivos de caña de azúcar, arroz y algodón,[80] mientras que la capital del departamento experimentaba un súbito crecimiento que la hizo pasar, mayormente por efecto de la migración, de 42.746 habitantes registrados en el censo de 1950 a 256.946 habitantes empadronados en el de 1976.[81]

Es probable, por otra parte, que la masiva difusión del consumo de la cerveza que experimentaba Santa Cruz se explique también porque el contrapunto entre ella y la chicha, carecía allí del rigor que cobraba en Cochabamba. El mayor competidor de la cerveza era el aguardiente; pero en todo caso la bebida de cebada se ajustaba bien a los nuevos hábitos en el tomar que acompañaban con su simbolismo la modernización cruceña, de ahí su amplia convocatoria.

Demanda en franca expansión que motivó que en 1981 la Taquiña, que hasta entonces se había limitado a vender su cerveza en Santa Cruz, inaugure su propia planta cervecera en Warnes - hoy inactiva- con una inversión de 27 millones de dólares, con la expectativa de cubrir el mercado cruceño, beniano, tarijeño y las poblaciones fronterizas con Brazil y Argentina.



DIRECTORIO DE TAQUIÑA. (1995)

80 En 1973 la propia Taquiña compró en Santa Cruz 30 hectáreas con la expectativa inicial de aprovechar los cultivos allí existentes(caña, maíz y yuca). m. 74. 11

81 Schoop, Wolfang. op. cit. p. 198-199. Sobre el comportamiento de la economía cruceña en esos años consultar también: Oster, Guerrit. **Santa Cruz de la Sierra. Desarrollo, Estructura interna y Funciones de una Ciudad en los llanos tropicales**. Instituto de Ecología (UMSA)-Centro Cultural y Pedogógico Portales. Cochabamba, 1983

Ese mismo año no obstante estaban apunto de iniciarse acontecimientos que pondrían en entredicho la estabilidad de la cervecería cochabambina. Por un lado la hiperinflación que con su vorágine de precio atrapó al país entre 1982 y 1985, complicó la contabilidad de costos. Por otro, una vez que la estabilización económica se vislumbraba, fue sometida a un "dumping" por su rival paceña. El desafio obligó a una profunda restructuración administrativa y a una agresiva y, como se vio a la postre, eficaz estrategia de comercialización. De esta manera entre 1985 y 1989 la cantidad de botellas vendidas- que ahora se cuentan en millones- creció en el orden del 36%, registrándose en 1988 una venta aproximada de 25 millones y medio de unidades de cerveza (cuadro Nº 17). Poco más de 167 veces el volumen de ventas contabilizadas en 1896, un año más tarde de la inauguración oficial de Taquiña.

Esta amplificación de la demanda, en un contexto que a duras penas ha duplicado su población en los últimos noventa años, quizá esté reflejando, por lo menos en lo que hace a Cochabamba, no solo el resultado tendencial del comportamiento demográfico, sino la presencia de nuevos hábitos y prácticas que, por primera vez en esa dimensión, muestran la incorporación de sectores campesinos, que en sus rondas festivas estan cada vez más inclinados al consumo de la cerveza, quizá como símbolo de estatus y prestigio.

CUADRO Nº 17
TAQUIÑA: VENTAS DE CERVEZA
1985-1988

AÑO	CANTIDAD EN MILLONES DE BOTELLAS	PORCENTAJE DE INCREMENTO
1985-1986	19.464.509	
1986-1987	21.948.723	12 %
1987-1988	24.290.205	24 %

FUENTE **Memoria del Directorio**. Taquiña S.A. 1989

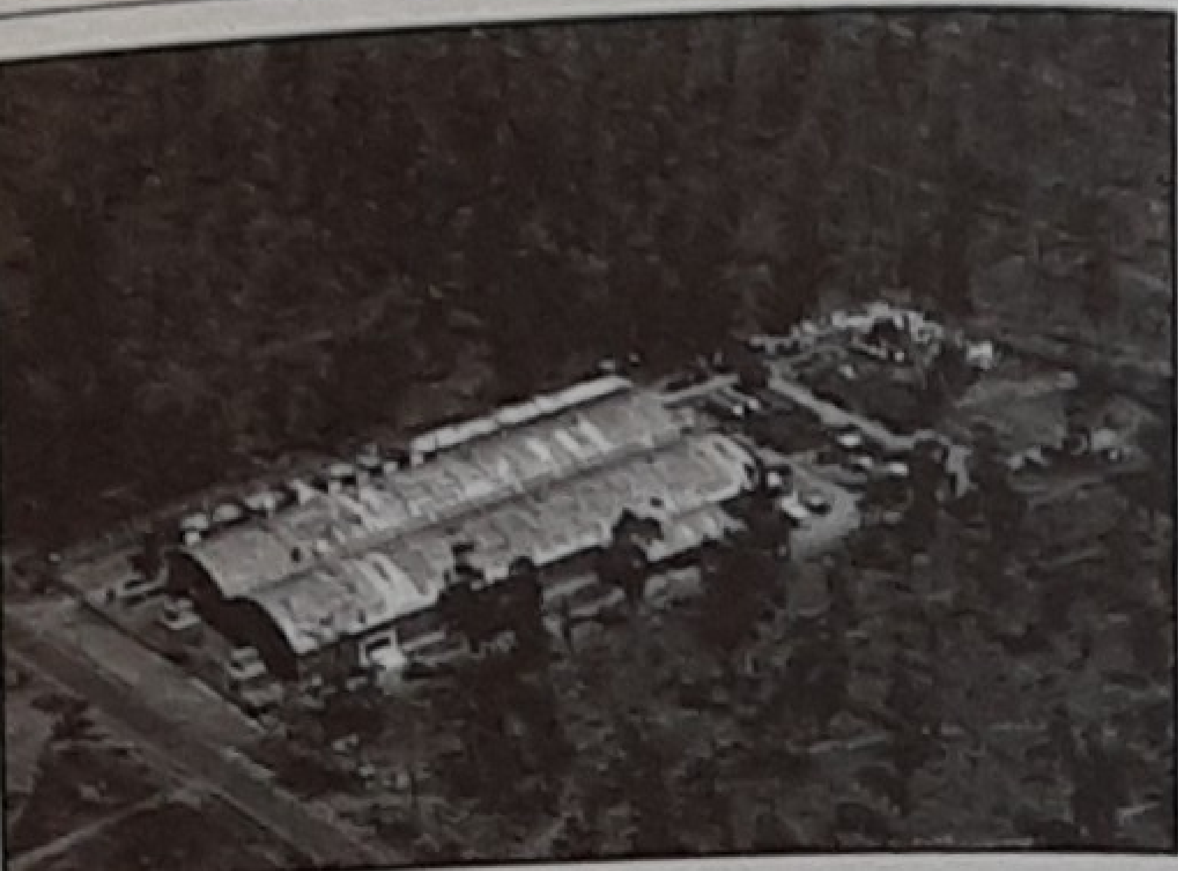
3
GRUPO ECONOMICO E INTEGRACION VERTICAL

Hasta 1978, la Taquiña poseía insuficientes eslabonamientos e integración con sus fuentes de materias primas y otros productos industriales, como botellas y tapacoronas, necesarios para su funcionamiento. Tampoco, salvo su incursión en el campo de las gaseosas en los 60s, su actividad productiva había salido del territorio cervecero.

Durante el siglo XIX y casi hasta mediados de la década de los 30s. de esta centuria, la Taquiña se proveyó de envases y tapacoronas del exterior e incluso por mucho tiempo tuvo que recurrir a imprentas extranjeras, en general chilenas y europeas para editar sus etiquetas. De ahí que fluctuaciones en el tipo de cambio, en la disponibilidad de divisas o, en un país mediterraneo, las complicadas conecciones con el exterior, causaran múltiples trastornos en su ritmo de trabajo y consiguientemente elevaran sus costos de producción.

La provisión de botellas fue por mucho tiempo, particularmente a fines del siglo pasado y principios del presente, un casi insalvable obstáculo, obligando a la Empresa a extremar recursos financieros para proveerse de ellas y a buscar salidas técnicas que minimizaran su ruptura en el manipuleo o en el momento del embotellado. Asi vivió hasta que la implementación en La Paz de industrias destinadas a la fabricación de botellas y tapacoronas en la posguerra del Chaco, alivió en algo su situación. Ya en 1941, por ejemplo, la Taquiña descartó de sus importaciones el rubro de botellas. Y aunque la mala calidad y el monopolio ejercido por la Fábrica Nacional de tapacoronas establecida en La Paz, dejaba algunas veces a la Taquiña mal parada frente a sus clientes apresurandose a importarla, la empresa paceña ayudó a que la cervecería cochabambina destinara menos divisas para este fin.

Pero el cuadro distaba de ser completo. Faltaba la decisiva malta, pues como consignaremos con detalle más adelante, toda vez los proyectos de elaborarla localmente a partir de cebada nacional, fracasaron, como detallaremos más adelante, por la escasa calidad y cantidad de esta gramínea, debiendo ser importada casi en su totalidad.



PLANTA FABE

Constataciones de esta naturaleza, en una empresa que proyectaba ampliar su capacidad instalada y aumentar significativamente sus ventas , la llevaron a buscar la integración vertical de su industria.

En 1978 comenzó su actividad la Fabrica Boliviana de Envases S.A. (FABE S.A.), con el aporte mayoritario de capital por parte de la Taquiña y bajo su patrocinio. Ampliada en 1985, incorporando la línea de tapacoronas y canastillos de plástico, la Empresa elabora además envases de hojalata para cerveza, conservas, alcoholes, medicamentos etc. Sirve por consiguiente tanto a las necesidades de Taquiña, como a las de otras industrias tanto locales como de otros departamentos. En 1985 se organizó también "Alas Andinas Ltda", una compañia de aviación que contaba con pequeñas naves.

CARGAS IMPOSITIVAS

Sucesivos gobiernos, tanto nacionales como municipales, descargaron parte de su política impositiva en las cervecerías, presuponiendo que su bonanza les permitiría absorver el impacto sin problemas. Además de bolsa de recursos monetarios, los impuestos formaban frecuentemente de una gama de mecanismos de disuación- con la elevación de precios- para los consumidores, sobretodo cuando a las esferas oficiales les arrebata un espíritu antialcohólico.

Encontramos los primeros impuestos a la cerveza en este siglo por Ley de enero de 1910 que gravó con un centavo la botella. Una década más adelante, en febrero de 1920 se impuso otro centavo más. En Septiembre de 1923- Gobierno de Bautista Saavedra- se elevó el impuesto a 5 centavos y dos meses más adelante a otros 5, además del 2% sobre utilidades y medio por mil sobre ventas. El 24 de febrero de 1924 se creó un nuevo impuesto de 60cts. por docena. Junto ello existía la Patente Municipal e impuestos catastrales. La Taquiña no siempre podía reaccionar, y debía absorver los impuestos, como sucedió entre 1924 y 1925, precisamente cuando su situación económica no era precisamente bonancible.

En los años 30s y 40s las practicas impositivas continuaron, agregándose otras cargas emergentes del cariz social y redistributivo que estaba orrillando el Estado Boliviano. El 5 de febrero de 1941, por ejemplo, se fijó un impuesto de 20 centavos por botella, con destino a las Universidades Públicas y desde el 22 de ese mismo mes las cervecerías aportaron voluntariamente 10 centavos por docena con destino al Fondo Nacional de Fomento Agropecuario. En 1948 se agregó a las anteriores un impuesto de 50 centavos por botella con destino a la carretera Cochabamba- Santa Cruz. Por otro lado, entre 1941 y 1943, el impuesto del Municipio cochabambino, usado para realizar obras públicas, pasó de 10 centavos por botella a 40 centavos.

El 2 de diciembre de 1948, todos estos impuestos se unificaron alcanzando a 2 bolivianos por botella. Los directivos de la Taquiña reaccionaron manifestando que al elevar sus precios, favorecían la competencia de la chicha, que pagaba menos impuestos por botella. Una situación semejante se produjo en 1958 cuando, la cerveza pagaba 300 Bs. por botella y la chicha 160 Bs. (Aunque esta última merced a su mayor volúmen producido poseía mayor importancia en el sistema impositivo local).

4
MALTERIA Y PROGRAMA CEBADERO: LOS EJES QUE FALTABAN

Como es sabido la cebada(Hordeum vulgare) es la materia prima fundamental para la elaboración de la cerveza. En un proceso que se ha complejizado a lo largo de los siglos, pero que mantiene aún sus rasgos originales, este cereal inicialmente es convertido en malta, la que luego es sucesivamente retostada, fermentada y fijada con lúpulo- responsable de su sabor amargo-, además de levadura. Finalmente tras la fermentación y la filtración se obtiene la cerveza.

La ubicación de la Taquiña hacia fines del siglo pasado estaba respaldada por la tradición cochabambina en el cultivo de cereales, que le valió el renombre nada exagerado de "Granero del Alto Perú" otorgado por el géografo español Vazquez de Espinoza a inicios del siglo XVII. No obstante la cebada no era a fines del siglo XIX el cultivo principal y preferente en la región, sitial reservado para el maíz y el trigo(en ese orden de importancia). Así en 1888 el bien informado Luis Felipe Guzmán en su obra "Vida Campesina" afirmaba que la cebada se destinaba exclusivamente *"al consumo de bestias, desde que es desconocida (en Cochabamba) la elaboración de cerveza"*.[82]

La demanda conjunta de la Taquiña y la Colón, permitió sin embargo que la cebada sufriera una inédita revalorización, estimulando con ello a la alicaía y desatendida agricultura cochabambina.

Por ejemplo en 1907 se comentaba con satisfacción en la prensa local que:

Desde que las fábricas de cerveza consumen una cantidad no despreciable de cebada, el precio de este artículo ha alcanzado en plaza hasta conseguir ser considerado entre los productos nobles.[83]

No obstante que la producción de cebada presentaba volúmenes suficientes

82 Guzmán, Luis Felipe. **"Instrucción para la vida campesina"**, Cochabamba, marzo de 1890. p. 88. El paréntesis nos pertenece.

83 **El Heraldo** (Cochabamba) 18 de mayo de 1907.

como para abrigar la esperanza que no faltaría para los menesteres cerveceros, al principio, al menos para la Taquiña, la previsión se cumplió, aunque la oferta-como tuvimos ocasión de consignar-presentaba rasgos fuertemente irregulares y los precios oscilaban en relación al comportamiento de las condiciones medio ambientales.



MALTERIA LINDE

Mientras la producción de cebada se mantuvo dentro los márgenes aceptables en volumen y calidad y la de cerveza no avanzó demasiado, la Taquiña produjo su propia malta. Incluso en 1926 y 1927 tuvo un sobrante suficiente -quizá porque sus propias ventas de cerveza mostraban una sensible disminución-adquirido por la Cervecería Boliviana Nacional (CBN). La perspectiva de continuar con esta comercialización, ilusionó incluso a los directivos de Taquiña respecto a la posibilidad de ensanchar su malteria para atender pedidos externos.

La situación no logró empero continuar. Y en 1930 se decidió, tras una mala cosecha de cebada en el año precedente, recurrir a malta de procedencia chilena. Esta resultaba más cara que la elaborada localmente pero presentaba varias ventajas como estar disponible -salvo por contingencias extremas en su transporte o la provisión de divisas para su importación- y permitir un mayor rendimiento de cerveza que la elaborada localmente.

Cabe advertir que la carencia de cebada en calidad y cantidad adecuadas no era un fenómeno privativo de la Taquiña. Prueba de ello es que entre 1930 y 1940 se importaron 26.000 toneladas de malta con destino a las distintas cervecerías que funcionaban en Bolivia. Ese último año sólo dos fábricas contaban con elaboración de esta materia prima en instalaciones de envergadura relativamente pequeña: La Bolivana Nacional (La Paz) con doscientas toneladas y la Taquiña con cien toneladas anuales.[84]

Sin embargo dar una vuelta de página e importar malta no resultaba la mejor solución para la Empresa (y seguramente para las otras cervecerías del país) por lo que creció en ella la preocupación por encarar el problema desde su misma raíz. Se sabía que Cochabamba disponía de muchos terrenos aptos para el cultivo de cebada, pero su producción no poseía la calidad adecuada para su buen uso en la elaboración de cerveza, siendo más apta para el forraje o la alimentación humana y animal. Tampoco su continuidad podía garantizarse pues en los años de sequía o cuando los productores tentados por otras expectativas reducian la superficie cultivada de cebada, el desbalance tornábase seguro. Además, para aumentar los problemas, la Taquiña carecía de silos amplios y seguros para comprar cebada en las temporadas altas y de bajo precio conservándola como reserva para capear los momentos de baja oferta y altos precios.

84 Cámara Nacional de Industria.. **10a. Memoria Presentada a la Junta General de 28 de abril de 1941**, La Paz. Ed Renacimiento. 1940 . s.p.

Buscando adelantar un remedio, así fuera sólo para disponer un grano de mayor rendimiento, en enero de 1934, la Taquiña importó de Alemania semilla de cebada cervecera a un costo real de 54 bolivianos. el quintal. Como quiera que el propósito de la Empresa consistía no solamente "obtener una nueva cebada para la elaboración de cerveza; sino también, para dar a los agricultores una ocasión para mejorar la calidad de la cebada" se decidió venderla a 30 Bs. el quintal.[85]

En 1945, cuando la Taquiña celebraba sus cincuenta años, se constató empero que la cebada cervecera Chevalier que se producía en Cochabamba y cuya semilla fuera importada, tal como consignamos líneas arriba, una década atrás de Alemania, sufria una degeneración notable, principalmente la procedente del valle de Sacaba. Despues de laboriosas gestiones la Empresa nuevamente importó -esta vez de Chile- tres toneladas de semilla genética cervecera Chevalier, la que fué vendida a precio de costo a diferentes agricultores.

El nuevo esfuerzo no solucionó todos los problemas y por el contrario estos se agravaron, en la medida que se amplio la demanda de cebada para responder a una industria en crecimiento de ventas. Como se recordará en 1954 entró en funcionamiento una nueva maltería para la cual se requerian anualmente de 20 a 25 mil quintales. En 1953 la cosecha falló, como tantas otras veces y sólo pudo comprarse una quinta parte y a un precio tres veces mayor. En los años siguientes se adquirieron volúmes decrecientes: en 1954 un total de 11.448 qq, 6.573 qq. en 1955 y, finalmente en 1956, 4.199 qq. Fluctuaciones e imprevisibilidades que obligaron nuevamente a la Taquiña a importar en 1963 una partida de semilla danesa, tipo Proctor, para distribuirla entre los productores y la Granja Experimental de la Universidad local (UMSS).[86] No hubo desafortunadamente mayor eco ni entre los productores ni en la casa de estudios superiores.[87] Además, tal como seguramente sucedería muchas otras ocasiones en el pasado, las alzas de precios en otros cereales como el trigo desalentó la siembra en los productores de cebada produciendo un sorpresivo desabastecimiento de este último grano.

El déficit, en un trámite que fue convirtiéndose paulatinamente en rutinario, debió ser cubierto con importaciones de malta, principalmente de origen chileno. Consideremos algunos datos al respecto que corroboran la afirmación anterior. En 1966 se gastó un 65% en cebada nacional y el restante 35% en malta importada. En 1972 el abultado 83% de la malta fue de procedencia nacional y el restante 17% importado. Dos años mas tarde, cuando la elaboración de cerveza crecía fuertemente y por consiguiente también la necesidad de malta, el porcentaje se mostró totalmente invertido pues se adquirieron 200 toneladas mensuales de malta chilena. Para 1978, luego de una mejoría en 1975 y 1976, la tendencia se mantuvo y no quedó otra opción que continuar trayendo de Chile y otros países en estado de malta un 80% de la cebada requerida ese año. El 20% restante, equivalente a 12.300 quintales, se compraron en tanto a productores locales y nacionales de cebada.

Ya en 1975, comprobando que la falta de provisión oportuna y de calidad de cebada local junto a las fluctuaciones, generalmente hacia el alza de precios, de la malta extranjera, constituía un freno a sus futuros planes expansivos además que la importación de malta provocaba una sangría de divisas para el país, la Taquiña creó su "Departamento Agrotécnico", con la finalidad exclusiva:

85 Taquiña. **Junta del Directorio** del día 9 de enero de 1934.
86 **Memoria y Balance**. Segundo Semestre. 1o. de julio a 31 de dicembre de 1963 p.20.
87 **Memoria y Balance**. Gestión 1966 p. 9

"De planificar y ejecutar un programa cebadero en el departamento de Cochabamba y algunas zonas del departamento de Santa Cruz,con el objetivo de orientar científicamente la producción permamente y sostenida de cebada"[88]

Sin el éxito de esta política perecía simplemente imposible, tal como lo mostró crudamente la experiencia de la ampliación de la malteria en 1954, contar con producción propia de malta, que estuviera disponible incluso en periodos de crisis cebadera y que a la vez fuera más barata que la importada (por efecto de la eliminación de fletes, y utilidades de las compañias extranjeras).

Luego que la "epifitia" diezmó el año de 1979 la producción nacional de cebada, la Taquiña proporcionó a los productores compesinos las variedades "Promesa y Grigñon" que se caracterizan por su mejor resistencia a la "roya amarilla" aunque, por su caracter no específicamente cervecero, presentan un bajo nivel enzimático. A la par de esta dotación se puso en marcha un agresivo plan de fomento a los agricultores cebaderos o en expectativas de ingresar al cultivo del vital grano proporcionándoles semilla, asistencia técnica, préstamos en insumos y un mercado seguro.

CUADRO Nº 18
MALTERIA LINDE ADQUISICION DE CEBADA
TONELADAS METRICAS (1991 -1994)

	NACIONAL	CHILENA	TOTAL
1991	1.998,5	499,2	2.497,7
1992	1.190,1	1.000,2	2.190,3
1993	2.407,4	1.998,4	4.405,8
1994	2.551,5	848,0	3.399,5

Fuente: Maltería Linde

Por otra parte en 1982, precisamente cuando estaba a punto de iniciarse la democratización del país y el fin del ciclo militar autoritario iniciado en 1971, la Taquiña comenzó igualmente la construcción de su maltería, ubicada en Linde, a no mucha distancia de la fábrica. Sobreponiéndose a contingencias macroeconómicas emergentes de la hiperinflación que sacudió la economía nacional en el trienio 1982-1985 y las políticas de ajuste estructural emanadas del decreto 21060 de octubre de 1985, la inauguró el 16 de marzo de 1990, contando con tecnología SEEGER de procedencia alemana con una capacidad de 12 mil toneladas anuales, aunque actualmente elabora solo 2.500 para consumo exclusivo de la Taquiña.

Su puesta en marcha provocó que la Taquiña ya no importe malta en la misma proporción que en años precedentes, aunque continúa necesitando de cebada chilena para procesarla por su cuenta. Gracias al programa cebadero ejecutado en los años anteriores ahora su dependencia externa es menor. Así en el cuatrienio 1991-1994 se adquirieron en total 271.599 quintales de cebada, de los cuales sólo un 34.79% procedieron del país vecino. (Cuadro Nº 18) Para poner un necesario punto de contraste recordemos que en 1978, el mismo porcentaje alcanzó al 80%. Considerando además que el volumen comprado de cebada nacional "Grignon" en su mayoría de los departamento de Potosí y Chuquisaca es creciente, se observa que la integración vertical industria cervecera- agricultura cebadera, pensada ya hace un siglo por los fundadores de la Taquiña,camina recien ahora sobre buenas bases.[89]

88 Solicitud al Banco Central de Bolivia para la obtención de un crédito "Warrant" destinado al programa cebadero de Cervecería Taquiña S.A" Impacto Social a cargo de Dr. Ernesto Daza Rivero. p. 3
89 Actaulmente(1995) la Taquiña ya no cuenta con un programa cebadero, aunque continúa prestando apoyo técnico a los agricultores que lo solicitan

PALABRAS FINALES

Al concluir el siglo XIX un vendaval de situaciones adversas, nacidas de políticas económicas de apertura al mercado mundial y una revolución en el transporte, se abatieron sobre el mercado interior boliviano, que giraba en torno a la minería. A partir de allí, quizá hasta 1952, fueron reduciéndose los nexos de origen colonial que anudaban en este mercado a regiones que como Cochabamba o Santa Cruz tenían la importante misión de abastacerlo. Como muchos historiadores(as) han puesto en evidencia este proceso permitió el desplazamiento de los productos locales agrícolas y artesanales (azúcar, harina de trigo,zapatos, vino, etc.) por similares mercancías importadas, con efectos desvastadores para los Departamentos productores; los cuales, pese al tiempo transcurrido, se prolongan hasta hoy.

Sin negar para nada esta situación, el caso de la industria cervecera cochabambina, y particularmente de Taquiña que hemos tratado en este libro, relativiza esta situación pues, navegando contracorriente de la época desplazó a sus similares importados y sirvió desde entonces para dinamizar la economía regional, y por su intermedio, la nacional. Nacida al filo del siglo pasado como parte del movimiento de instauración del ciclo cervecero boliviano que alcanzó también a otros departamentos, trazó sus primeros pasos durante el periodo de fragmentación del mercado interior boliviano, como parte de una estratgia regional pensada para intentar recuperar los espacios mercantiles perdidos e impedir que continuaran cuajando, incluso en su propio seno, los productos foráneos.

De principio éste ideario para el caso cervecero, el único que se reveló finalmente convincente, tuvo un carácter mas bien defensivo pues salvo por momentos a principios de este siglo, sus mercados se mantuvieron dentro los límites del consumo departamental; Taquiña supo empero conservarlo para sí para luego expandir gradualmente su presencia en su interior. Luego, y sobre la confianza de dominar esa base desde fines de la década de los 60s. empezó a incursionar con fuerza dentro el mercado nacional y extranjero.

Al cursar ese derrotero Taquiña pasó tanto por diversos ciclos de auge y depresión como por sucesivos momentos evolutivos. El resultado más notable de este desarrollo- que hizo posible su éxito- fué su transformación, merced a la reinversión de sus utilidades, de un pequeño establecimiento familiar y artesanal dependiente de las fuerzas de la naturaleza, del curso contingente de los ciclos agrícolas y la provisión de sus principales maquinarias y materias primas de la importación, en una moderna fábrica con tecnología de punta y un alto grado de integración vertical.

Efecto multiplicador previsto ya por sus fundadores al considerar a la Taquiña como un dinamizador de la agricultura local que se amplió en objetivos a lo largo del tiempo, principalmente desde 1972 bajo la batuta del actual Directorio presidido por el Ing. Ernesto Asbún, hasta configurar a la cervecería como un sólido complejo industrial, fuertemente enraizado con la economía cochabambina y nacional. Ruta iniciada hace poco más de cien años, pues como demostramos en este libro, la historia de Taquiña se inició en 1892, lo que la hace de ella la cervecería más antigua en Bolivia y la única sobreviviente de las empresas del ciclo cervecero modernizante que envolvió al país al finalizar el siglo pasado.



CERVECERIA TAQUIÑA S.A.

CERVECEROS
1895 - 1995

Los cerveceros han sido y son una de las piezas fundamentales para el éxito de una cervecería pues de su habilidad y conocimiento depende la calidad y sabor de la bebida elaborada a partir de la cebada.

La Taquiña secularmente ha contado, como muchas otras cervecerías bolivianas y latinoamericanas, principalmente con cerveceros de origen alemán. Situación comprensible dada la experiencia acumulada en ese país en el ramo de la cerveza y la difusión de establecimientos dedicados a la enseñanza de su elaboración.

Entre los más destacados cerveceros de Taquiña en un siglo de existencia hallamos a:

Alberto Kollenberger. Alemán. Primer Director Técnico. Trabajó también en cervecerías paceñas. Falleció en La Paz en 1897.

Enrique Fiebeg. Alemán. Remplazó a Kollemberger; previamente se desempeñaba como segundo cervecero. Se retiró el 31 de julio de 1911 volviendo a Alemania; aunque retornó a la Taquiña en octubre de 1923. Murió en Cochabamba el 31 de octubre de 1924.

Alfredo Kapsch. Alemán. Ocupó funciones de Primer Cervecero desde octubre de 1924 hasta el 1 de octubre de 1929(desde mediados de 1926 su hermano Willy se desempeñó como segundo cervecero).

José Haas. Alemán. Nacionalizado boliviano en 1942. Trabajó en Taquiña desde el 15 de diciembre, remplazando a Otto Ausberger. Se retiró en 1971. Durante su larga permanencia en Taquiña, Haas fue colaborado por cerveceros alemanes como, Andreas Pohelmann, Guillermo Willie, Kurt Mayer, Eugenio Maeder, Francisco Wiener, Juan Muller,Juan Rappl, Alfonso Gondeck, Karl Muhlbauer y Hans Joachim Makulla(desde 1968). En 1958 trabajó como tercer cervecero el boliviano Arturo Salamanca.

Hans J. Makulla. Alemán. Remplazó a Haas como Jefe Técnico. En 1972 este cargo fué transformado en Gerencia de Producción, Makulla desempeñó esta labor hasta 1982, cuando se retiró voluntariamente.

Hugo Aranda. Boliviano. Sucedió a Makulla, ocupando el cargo de "Jefe de Planta" hasta 1985.

Armando Campana. Peruano. Tabajó anteriormente en cervecerías de su país y bolivianas. Ocupa las responsabilidades de Gerente Técnico desde 1986 hasta el presente.



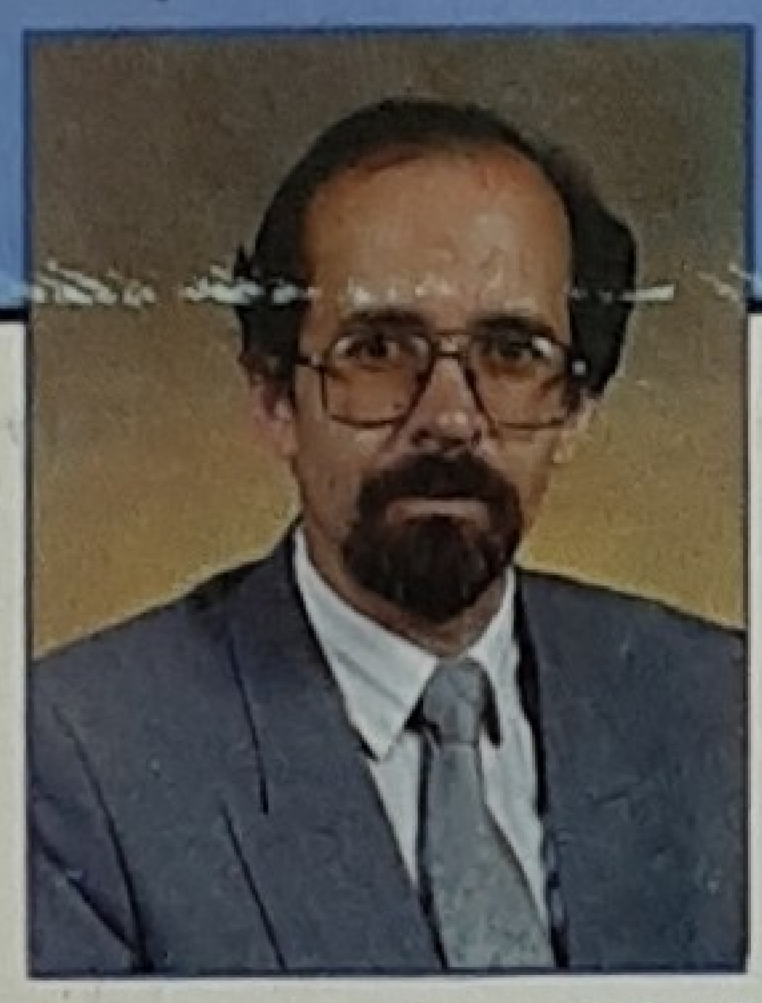
CERVECERIA TAQUIÑA S.A.

PRESIDENTES DEL DIRECTORIO
1895 - 1995

Guillermo Kunst	21 de mayo 1895-10 mayo 1905
Pablo Brockmayer	10 de mayo de 1905-25 de julio de 1906
Stanley Barber	25 julio 1906-5 de mayo 1909
Alfred W. Barber	5 mayo de 1909- 25 septiembre 1912
Stanley Barber	25 septiembre 1912- 5 de mayo 1920
Alfred W. Barber	5 mayo 1920-20 de agosto 1921
Oscar Ehrhorn	20 agosto 1921-30 enero 1921
Guillermo Sanjinés	30 enero 1925- 22 de junio 1928
José López y López	22 de junio 1906- 11 de abril de 1929
José de la Reza	11 de abril de 1929- 16 de febrero de 1938
Arturo Galindo	16 de febrero de 1938 - 25 de enero 1941
Alfredo Hauschildt	1941
Alberto de la Reza	1942-1943
Thomas O' connor	1944
German Urquidi	1945-1948
Juan Rivero Torres	1949-1950
Luis Laredo Q.	1951
José Galdo La Faye	1952
Germán Michel Q.	1953
Hans Rucker	1954
Armando Palmero N.	1955
Luis Laredo Q.	1956
José Galdo La Faye	1957
Germán Michel Q.	1958
Mario Guzmán M.	1959
Armando Palmero	1960
Alberto de la Reza	1962 (primer semestre).
Walter Galindo	1962 (segundo semestre)
Walter Dotzauer	1963
Armando Palmero	1964
Alfredo Hauschildt	1965
Armando Palmero	1966
Luis Moreno Taillacq	1967
Nelson Revollo Z.	1968-1969
Yolanda Eterovic de Rivera	1970 y 1971(primer semestre)
Fernanda Sanjinés	1971 (segundo semestre)
Ernesto Asbún Gazaui	1972 al presente

El lugar del Canto, Historia de CERVECERIA TAQUIÑA S.A. 1892 - 1995

Gustavo Rodriguez Ostria



Licenciado en Ciencias Económicas (1977) en la Universidad Mayor de San Simón en Cochabamba. Posteriormente cursó estudios de Maestría en Ciencias Sociales (1979-1980) en la Sede Ecuador de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLASCO), donde también obtuvo Maestría en Historia Andina en 1991.

En la Universidad Mayor de San Simón, (Cochabamba), ha desempeñado diversos cargos, entre ellos el de Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociología (1992-1995).

En 1990, ganó conjuntamente con Humberto Solares, el Premio Municipal de Ensayo, trabajo que fué publicado con el título "Chicha, Cultura y Sociedad Oligárquica".

En 1991, el Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales (ILDIS) editó su libro sobre historia de los trabajadores mineros bolivianos y luego (1993) "Poder Central y Proyecto Regional", una comparación entre Cochabamba y Santa Cruz en los siglos XIX y XX.

Ha publicado tambien diversos estudios sobre la historia y la realidad contemporanea boliviana en revistas de Mexico, Venezuela, Argentina , Ecuador y Bolivia.

Recientemente (1995), la Secretaría Nacional de Participación Popular editó su obra "Tratado y Municipio en Bolivia" y la Facultad de Ciencias Económicas y Sociología de la UMSS, "La Formación de una Región. Cochabamba y la Historia. siglos XIX y XX."